



# **Appropriation professionnelle des technologies de l'information et de la communication en contexte de dépendance politique : la spécificité de la co-construction de l'information de presse au Congo-Brazzaville (1963-2012)**

Pierre Minkala-Ntadi

## **► To cite this version:**

Pierre Minkala-Ntadi. Appropriation professionnelle des technologies de l'information et de la communication en contexte de dépendance politique : la spécificité de la co-construction de l'information de presse au Congo-Brazzaville (1963-2012). Sciences de l'information et de la communication. Université de Grenoble, 2012. Français. NNT : 2012GRENL012 . tel-00946901

**HAL Id: tel-00946901**

**<https://theses.hal.science/tel-00946901>**

Submitted on 14 Feb 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## THÈSE

Pour obtenir le grade de

### DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ DE GRENOBLE

Spécialité : **Sciences de l'Information et de la Communication**

Arrêté ministériel : 7 août 2006

Présentée par

**Pierre MINKALA-NTADI**

Thèse dirigée par **Bertrand CABEDOCHÉ**

préparée au sein du **Laboratoire GRESEC**  
dans l'**École Doctorale Langues, Littératures et Sciences humaines (LLSH)**

# Appropriation professionnelle des technologies de l'information et de la communication en contexte de dépendance politique : la spécificité de la co-construction de l'information de presse au Congo-Brazzaville (1963-2012)

Thèse soutenue publiquement le **11 décembre 2012**,  
devant le jury composé de :

**Monsieur, Bertrand, CABEDOCHÉ**

Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université  
Stendhal Grenoble 3, Directeur de thèse

**Monsieur, Alain, KIYINDOU**

Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université  
Montaigne Bordeaux 3, Président, Rapporteur

**Madame, Isabelle, PAILLIART**

Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université  
Stendhal Grenoble 3, Membre

**Monsieur, Missè, MISSE**, Professeur en Sciences de l'Information et de  
la Communication, Université de Douala (Cameroun), Rapporteur





Je dédie ce travail à la mémoire de mes parents,  
Antoine Ntadi et Brigitte Babimba,  
qui m'ont donné la vie.

## **Remerciements**

Mes remerciements vont, tout d'abord, à Mgr Jean-Pierre Gallet, ancien économiste du diocèse de Kinkala, qui me fit découvrir le monde de la presse, en me proposant un stage de formation en journalisme, alors que je venais de terminer mon cursus de formation philosophique.

Je remercie Mgr Anatole Milandou, ancien évêque de Kinkala et actuel archevêque de Brazzaville, qui me confia les fonctions de Responsable des moyens de communication sociale, dans le diocèse de Kinkala, dont l'exercice me permit déjà de prendre connaissance de certaines problématiques actuelles, liées à la communication sociale.

Je remercie Mgr Louis Portella Mbuyu, évêque de Kinkala, auprès de qui j'ai exercé les fonctions de Secrétaire-Chancelier, et qui, par la suite, m'a offert l'opportunité de poursuivre mes études universitaires, en France, avec une spécialisation en Sciences de l'Information et de la Communication.

Je remercie le diocèse de Grenoble-Vienne, qui m'a accueilli à Grenoble.

Je remercie infiniment mon directeur de thèse, Bertrand Cabedoche, qui, depuis le Master, m'a accompagné et encouragé dans ma recherche, avec beaucoup de rigueur scientifique, mais aussi de confiance, de bienveillance et d'amitié. Il m'a, par ailleurs, encouragé à participer à des colloques internationaux, et autres journées d'études doctorales. La présentation de ma recherche, dans ces hauts lieux de débats scientifiques, m'a en effet aidé à peaufiner ma problématique et mes hypothèses de travail.

Je tiens également à remercier tous les autres membres du jury, Alain Kiyindou, Missè Missè et Isabelle Pailliar, pour leur disponibilité et leur attention à mon travail.

Je remercie le laboratoire GRESEC (Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication), qui a bien voulu accepter mon projet de recherche, et au sein duquel cette thèse a été préparée.

Je redis toute ma reconnaissance à tous ceux et celles qui, de près ou de loin, ont contribué à l'aboutissement de ce travail. Je pense particulièrement à tous ces professionnels de la presse

congolaise, qui m'ont ouvert leurs portes et accordé des entretiens très enrichissants, au cours de mon enquête, à Brazzaville : qu'ils trouvent ici l'expression de ma sincère et profonde gratitude.

Enfin, je n'oublie pas les membres de la Conférence Saint Vincent de Paul, du Relais Saint Joseph (Grenoble), qui m'ont assisté dans la réalisation de mon enquête, ainsi que toutes les personnes ayant consacré un peu de leur temps à la relecture de ce travail : je leur renouvelle toute ma gratitude.

## Résumé

Le discours de promotion des technologies de l'information et de la communication (TIC) s'est traduit, entre autres, par une approche technocentriste du développement de la presse, faisant de l'usage de ces dispositifs techniques la *norme* universelle de tout progrès, dans ce secteur d'activité. Assisterait-on, aujourd'hui, à un nivellement des pratiques journalistiques, dans toutes les sociétés humaines, où les TIC auraient été introduites dans les activités de la presse ? Refusant de nous enfermer dans le carcan diffusionniste des techniques, nous avons orienté notre étude sur l'analyse de la relation entre la presse et ses publics, en la circonscrivant dans les procès de collecte et de traitement de l'information, au niveau de la presse congolaise. L'analyse révèle une inconciliabilité de perspectives, entre la promotion des TIC et le développement d'une presse, évoluant dans un contexte de dépendance politique, où le champ de l'action politique se présente comme l'unique instance de construction sociale du sens. Ce contexte a induit un *procès de médiatisation exclusive*, consistant en la couverture quasi exclusive des opinions relevant de l'élite politique au pouvoir. Le déploiement de ce procès cristallise ainsi l'appropriation professionnelle des TIC autour des logiques sociales de la communication, où la construction de l'information de presse se conçoit comme une simple opération de valorisation de la parole de l'élite politique. Dès lors, la presse congolaise, évoluant dans un tel contexte, paraît encore inapte à toute forme d'innovation économique et professionnelle significative, que l'usage des TIC est censé accompagner. Ce constat contraste avec ce que l'on observe au niveau d'une presse française, par exemple, évoluant dans un contexte sociopolitique libéral, où les TIC accompagnent déjà des innovations organisationnelles et des pratiques journalistiques, qui se traduisent par la mobilisation des *stratégies de coopération*, entre les médias dits « *traditionnels* » et les « *nouveaux* » acteurs de l'information et de la communication.

## Abstract

Promoting information technology and communication (ICT) has induced among other things, a technocentric approach in the development of the press, making the use of these technical devices as the universal *norm* for all progress in this business segment. Therefore, it raises the question in knowing if we attend today, a leveling of journalistic practices in all human societies, where ICT has been introduced in the press activities. Refusing to be locked in the diffusion of techniques ideology, we focused our study on the analysis of the relationship between the press and public, limiting this relationship in the process of collecting and processing of information, in the Congolese press. The analysis reveals an irreconcilability of perspectives, between the promotion of ICT and the development of media, operating in a context of political dependence, where the field of political action is presented as the unique authority in the social construction of meaning. This context leads to a *process of the exclusive media coverage*, consisting in almost exclusive media coverage of political elite opinions. The deployment of this process is crystallizing the professional appropriation of ICT around social logics of communication, where the construction of press information is conceived as a simple valorization of the political elite opinions. Therefore, the Congolese press, operating in such a context, still seems incapable of any significant form of economic and professional innovation that the use of ICT is supposed to accompany. This finding contrasts with what is observed in a French press, for example, operating in a liberal sociopolitical context, where ICT is already accompanying organizational innovations and journalistic practices, which results in the mobilization of *coopetition strategies*, between "*traditional*" media and "*new*" operators in the field of information and communication.



# Table des matières

Résumé.....	6
Abstract .....	7
<b>Introduction générale.....</b>	<b>12</b>
<b>Première partie .....</b>	<b>38</b>
<b>La recomposition des rapports de force « presse-publics » dans la problématique de l'appropriation publique des technologies de l'information et de la communication .....</b>	<b>38</b>
Introduction .....	39
<b>Chapitre 1 : La promotion des technologies de l'information et de la communication dans la société congolaise .....</b>	<b>42</b>
1.1. Les différentes stratégies mobilisées en la matière : discours et actions.....	42
1.2. L'articulation du plan national au contexte panafricain de développement des TIC	45
1.3. Les TIC au cœur de la question du développement de la presse congolaise.....	48
<b>Chapitre 2 : Le paradigme informationnel de développement .....</b>	<b>51</b>
2.1. L'information comme base de tout développement.....	51
2.1.1. La presse au service du développement .....	54
2.1.1.1. Un moyen de vulgarisation des politiques gouvernementales .....	54
2.1.1.2. La communication pour le développement .....	56
2.1.1.3. Du prophétisme médiatique .....	57
<b>Chapitre 3 : La notion de « société de l'information ».....</b>	<b>63</b>
3.1. L'origine de la notion : l'invention et l'usage d'Internet .....	63
3.1.1. Un projet militaire américain .....	63
3.1.2. Du projet militaire au projet civil .....	65
3.1.3. De la séduction diplomatique à la « nouvelle économie » .....	68
3.2. La dissémination planétaire de la notion de « société de l'information » .....	70
3.2.1. Le Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI) .....	70
3.2.2. L'apologie castellienne de la notion : la « société en réseaux » .....	71
3.2.2.1. Un emballement autour des « potentialités révolutionnaires » des TIC .....	72
3.2.2.2. Un prophétisme modéré par la résilience des dispositifs techniques .....	74
3.3. Les origines et les évolutions de la « société en réseaux » .....	76
3.4. La cybernétique comme fondement théorique de la « société de l'information » ....	79
<b>Chapitre 4 : Le recul vis-à-vis des procès de légitimation de la « société de l'information ».....</b>	<b>82</b>
4.1. Une idéologie et un simple cadre théorique .....	82
4.2. Une logique d'homogénéisation de la pensée et de l'action humaines .....	83
4.3. Un mythe de la modernité : la modernisation de la société par les TIC .....	87
4.3.1. Les valeurs promues dans ce « mythe de la modernité » .....	89
4.3.1.1. L'amélioration de la relation entre services publics et citoyens-usagers ....	89
4.3.1.2. La technicisation des interactions sociales.....	90
4.3.2. Une mesure de développement : la « fracture numérique ».....	93
4.4. Une imbrication du diffusionnisme et du déterminisme technologiques .....	97
4.4.1. Un procès d'expansion du capitalisme économique .....	101
4.5. Une approche de l'usage des TIC à travers les logiques sociales de la communication .....	104
4.5.1. La nécessité d'une déconstruction du discours technocentriste .....	104
4.5.2. La notion d'ancrage social des techniques .....	105
4.5.3. Le champ social plutôt que l'espace public .....	107
<b>Chapitre 5 : La reconfiguration de la relation « presse-publics » à « l'ère d'Internet » .....</b>	<b>115</b>

5.1. L'émergence de « nouvelles » pratiques communicationnelles liées à Internet.....	115
5.2. Une « remise en cause » de la légitimité de la fonction journalistique.....	116
5.3. L'information de presse : une question de construction sociale du sens .....	120
5.3.1. Le développement de la presse comme construction d'une communauté de publics .....	120
5.4. La stratégie de capitalisation des NPCI.....	123
5.4.1. Le repositionnement stratégique des entreprises de presse .....	124
5.4.2. Une stratégie liée aux contraintes du marché de la presse .....	129
5.5. La presse, un marché à double échelle de valorisation .....	131
5.5.1. L'information de presse comme produit d'échange.....	131
5.5.1.1. Un fait de langage.....	133
5.5.1.2. Un construit social.....	135
5.5.1.3. Un acte de communication .....	138
<b>Chapitre 6 : L'évolution des pratiques journalistiques à « l'ère d'Internet ».....</b>	<b>141</b>
6.1. Quelques précisions d'ordre théorique.....	141
6.1.1. La <i>théorie de la structuration</i> d'Antony Giddens .....	141
6.1.2. Le <i>structurel rédactionnel</i> d'un organe de presse .....	143
6.2. Quelques tendances évolutives déjà relevées dans certains travaux .....	146
6.2.1. Le marketing informationnel.....	146
6.2.2. La multimodalisation du traitement de l'information .....	149
6.2.2.1. La reconfiguration des compétences journalistiques .....	150
6.2.2.2. Une articulation entre impératif socio-économique et convergence technique .....	154
Conclusion partielle.....	157
<b>Deuxième partie.....</b>	<b>160</b>
<b>La cristallisation de l'usage des technologies de l'information et de la communication autour des pratiques traditionnelles en cours dans la presse congolaise .....</b>	<b>160</b>
Introduction .....	161
<b>Chapitre 1 : La République du Congo : éléments sociopolitiques.....</b>	<b>164</b>
1.1. Genèse d'une construction sociale pluriethnique.....	164
1.2. L'environnement sociopolitique moderne .....	167
1.2.1. Une multipolarité politique construite autour des valeurs ethno-régionales....	167
1.2.1.1. Un amalgame entre appartenance ethnique/régionale et appartenance politique.....	169
1.2.1.2. De la guéguerre politique à la guerre civile .....	173
1.2.2. Les stratégies politiques unitaires mobilisées .....	177
1.2.2.1. Le monopartisme comme stratégie de gommage des vellétés ethno-régionalistes.....	177
1.2.2.2. La recomposition des alliances politiques sur fond de partage du pouvoir .....	180
1.2.3. L'institution d'un monolithisme politique .....	183
<b>Chapitre 2 : L'émergence de la presse dans la société congolaise .....</b>	<b>187</b>
2.1. De la colonisation à l'indépendance.....	187
2.1.1. Une presse au service de l'œuvre « <i>civilisatrice</i> » de la France .....	187
2.1.2. Une presse au service de l'émancipation des peuples colonisés .....	189
2.1.2.1. Presse et formation de l'opinion citoyenne/politique.....	192
2.1.3. La presse au cœur des positionnements idéologiques antagonistes .....	194
<b>Chapitre 3 : De la presse dite de « <i>propagande politique</i> » .....</b>	<b>200</b>
3.1. Une presse auxiliaire de l'action politique .....	200
3.2. Quelques précisions sur la notion de <i>propagande</i> .....	201

3.2.1. De la technique de transmission des idées à la persuasion de masse .....	202
3.2.2. Une technique de communication au service des partis politiques .....	205
<b>Chapitre 4 : De la fracture communicationnelle dans la presse congolaise .....</b>	<b>209</b>
4.1. La distension de lien entre la presse et ses publics .....	209
4.1.1. La globalisation de l'information et l'indifférenciation des publics .....	210
4.2. Deux questions fondamentales posées par la globalisation de l'information .....	214
4.2.1. Globalisation de l'information et légitimité de la fonction journalistique .....	214
4.2.2. Globalisation de l'information et statut d'entreprise de presse .....	217
<b>Chapitre 5. L'interférence du cadre politique dans l'orientation de la presse congolaise .....</b>	<b>220</b>
5.1. La dépendance de l'information vis-à-vis des sources gouvernementales .....	220
5.1.1. Le contrôle politique par l'« institution » d'une précarité financière .....	222
5.1.1.1. La précarité financière des entreprises de presse .....	222
5.1.1.2. De la précarité financière à la dépendance politique .....	228
5.1.2. L'institution d'une pratique journalistique dénommée « camorra » .....	231
<b>Chapitre 6. L'appropriation professionnelle d'Internet dans la presse congolaise ...</b>	<b>236</b>
6.1. Internet : un support de diffusion plutôt qu'un mode d'écriture de l'actualité .....	236
6.2. Quand la dépendance politique induit le rejet du <i>participatif</i> .....	239
6.2.1. Un rejet lié à l'« anarchie » des échanges sur Internet .....	239
6.2.1.1. Un exemple de rapport de force entre les deux champs politique et médiatique .....	242
6.2.2. Un rejet lié à la cacophonie discursive générée par le <i>participatif</i> .....	247
6.2.2.1. Une prudence révélatrice d'un traumatisme psychosocial latent .....	252
6.2.2.2. Une méfiance vis-à-vis de la « nouvelle » critique sociale .....	255
6.3. Un usage sélectif des potentialités d'Internet : le cas de <i>La Semaine Africaine</i> ....	258
6.3.1. Un usage illustratif d'un rejet de déterminisme technologique .....	262
6.3.2. Un usage ancré dans le paradigme informationnel de développement .....	263
<b>Chapitre 7 : Un traitement de l'actualité fondé sur la dominance du champ politique .....</b>	<b>266</b>
7.1. Trois tendances éditoriales et deux logiques sociales de la communication .....	266
7.1.1. La communication révérencieuse .....	267
7.1.1.1. Une logique de communication fondée sur une vision autoritariste de la société .....	267
7.1.2. La communication irrévérencieuse .....	271
7.1.2.1. Une logique de communication fondée sur une vision démocratique de la société .....	273
7.1.2.2. La communication irrévérencieuse comme « stigmat » professionnel ...	276
7.2. La dépendance politique comme une stratégie de sauvegarde de la <i>face</i> .....	280
7.3. Quand la précarité financière renforce la « fracture numérique » .....	284
<b>Chapitre 8 : Des entreprises de presse soumises à une gouvernance symbolique.....</b>	<b>286</b>
8.1. Une logique de financiarisation singulière : pécule contre prestige .....	286
8.1.1. La conversion du pécule en prestige : un aspect des industries culturelles .....	289
8.1.2. Une stratégie de survie socio-économique très aléatoire .....	292
8.1.2.1. Longévité des journaux liée aux aléas de la vie politique .....	292
8.1.2.2. Le risque de marginalisation de la presse par la « nouvelle » critique sociale .....	294
8.2. Médiatisation de la <i>critique sociale</i> contre mépris de la part des pouvoirs publics	296
Conclusion partielle .....	300
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>303</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>314</b>

1. Ressources principales .....	314
1.1. Ouvrages.....	314
1.2. Chapitres d'ouvrages.....	321
1.3. Articles de revues .....	326
1.4. Thèses et mémoires .....	332
1.5. Rapports d'expertise et Actes de congrès.....	333
1.6. Dictionnaires et encyclopédies.....	333
1.7. Magazine .....	333
2. Ressources supplémentaires .....	334
2.1. Ouvrages.....	334
2.2. Chapitres d'ouvrages.....	335
2.3. Articles de revues .....	336
3. Autres ressources.....	336
<b>Annexes .....</b>	<b>337</b>

## Introduction générale

Cette recherche doctorale est née du croisement de deux problématiques différentes. La première, que nous avons développée en master 1, est liée à l'évolution de la presse congolaise dans un cadre sociopolitique marqué à la fois par des luttes politiques se transformant par moments en affrontements armés, et par des discours d'apaisement et d'unité nationale (Minkala-Ntadi, 2012). Nous appuyant particulièrement sur le cas du journal *La Semaine Africaine*, notre analyse avait révélé une réelle interférence du cadre politique dans le fonctionnement de la presse privée congolaise. Cette interférence inscrit alors l'évolution de la presse congolaise dans une perspective de *dépendance politique*, c'est-à-dire une posture tacticienne d'alignement éditorial sur l'idéologie politique dominante, et ce au détriment de l'idéal de la « *démocratie des masses* » sous lequel serait fondée la légitimité même de la fonction journalistique dans les pays occidentaux où la presse avait pris naissance (Mathien, 2007 ; Wolton, 2009a). Ici, les professionnels de la presse s'intéresseraient plutôt à la médiatisation des opinions d'acteurs politiques dominants, créant ainsi une distension de lien entre la presse et les autres publics dont les opinions seraient presque exclues du circuit médiatique. La seconde problématique, que nous avons traitée en master 2, est relative à la structuration de la presse écrite à « *l'ère d'Internet* ». Nous appuyant sur le cas de la presse quotidienne régionale (PQR) française, notamment avec l'exemple du journal *Le Dauphiné Libéré*, notre analyse avait confirmé que l'appropriation publique d'Internet inscrivait l'évolution de la presse occidentale dans une posture stratégique de renouvellement de l'idéal de la « *démocratie des masses* » (Salles, 2010). Les professionnels de la presse se serviraient de toutes les opportunités offertes par Internet pour essayer d'instaurer une relation interactive entre la presse et tous les types de publics possibles. L'objectif affiché ici serait d'intéresser davantage de publics à l'offre informationnelle, supposée être élaborée dans une « *stratégie de coopération* »<sup>1</sup> (Nalebuff, Brandenburger, 1996 ; Yami, Le Roy (dir.), 2010) entre une instance de production traditionnelle et celle d'une réception de plus en plus réactive, éclatée et souvent incontrôlée car constituée d'une variété inouïe d'espaces, de formes et d'acteurs, caractéristiques du *procès d'informationnalisation* croissant (Miège, 2007).

---

<sup>1</sup> La *stratégie de coopération* – le mot *coopération* est issu de la contraction de *coopération* et *compétition* – renvoie à une relation de collaboration/coopération entre deux ou plusieurs acteurs économiques se positionnant dans un marché concurrentiel.

À première vue, le croisement de ces deux problématiques révèle le paradoxe suivant : la première semble inscrire les pratiques journalistiques dans une logique de déni de « *démocratie des masses* », alors que la seconde paraît les orienter dans une dynamique de promotion (ou de récupération ?) de ce même idéal sociétal. On aurait donc, dans le premier cas, une monopolisation de la relation « *presse-publics* » par un seul public dominant, celui du champ politique, et, dans le second cas, une libéralisation de cette même relation, en l'ouvrant à un maximum possible de publics. Ce qui renvoie à deux modèles de presse différents : l'un serait plus homogène dans son offre informationnelle, par le fait même d'une focalisation sur un seul type de publics ; l'autre, par contre, offrirait une information beaucoup plus hétérogène, par le fait de la diversification des publics visés. Le constat s'arrêterait là, et l'on ne parlerait même pas de paradoxe mais plutôt de différence, étant donné qu'il s'agit là de deux modèles de presse fonctionnant indépendamment l'un de l'autre car situés sur des aires géoculturelles différentes : l'un en Afrique, et l'autre en Europe. Seulement, l'un et l'autre sont aujourd'hui contraints à penser chacun son développement sous le prisme de la seule et unique idéologie planétaire, celle de la nébuleuse « *Société de l'information* ». Cette dernière est en effet apparue comme une notion aux articulations multiples, de la « *société en réseaux* », désignant par là un modèle d'organisation sociale fondé sur l'usage des réseaux techniques, au mode de production fondé sur l'introduction des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les activités de production (Mattelart, 2003). Reposant sur l'idée que les innovations techniques « *seraient à l'origine de mutations économiques, elles-mêmes produisant des changements sociétaux, lesquels impliquent des transformations des régimes démocratiques* » (Miège, 2005 : 96), la notion de « *société de l'information* » a fini par s'introduire aussi bien dans les sphères de prise de décisions politiques que dans le monde économique et le milieu scientifique où elle a connu une réelle expertise, au point de faire de l'usage des TIC la *norme*, c'est-à-dire la condition *sine qua non* de tout développement à l'échelle planétaire (Kiyindou, 2009a). D'où l'impérieuse nécessité de croiser les deux problématiques, d'autant plus que les discours apologétiques accompagnant cette notion tendent tous à lier actuellement l'évolution de toute société à l'appropriation des TIC, et ce en référence à la communauté de scientifiques américains réunis autour de la *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA), qui aurait constitué le prototype de cette nouvelle forme de « *sociabilité moderne* » promue par l'idéologie de la « *société de l'information* » (Flichy, 1999 ; Mattelart A., 2003).

Il ne s'agit pas ici d'une démarche comparative entre les deux modèles de presse sus-évoqués. Notre démarche se présente plutôt comme une analyse critique des postures discursives sur les TIC que nous observons actuellement au niveau de la société congolaise et qui sont en lien avec le développement de la presse locale. Ces postures discursives renvoient à une approche développementaliste consistant à envisager le développement de la presse congolaise sous le seul prisme de « *l'injonction technologique* » liée à la dissémination planétaire de la « *société de l'information* » (Jeanneret, 2005). En effet, on assiste depuis quelques années à l'émergence d'un discours et d'une action politiques axés sur les TIC au niveau de la société congolaise. L'actualité de ce discours et de cette action politiques peut se lire à travers la mise en œuvre de différents projets de développement d'infrastructures liées au déploiement des TIC sur le territoire national. Or, le développement des TIC constitue l'une des caractéristiques fondamentales de la « *société de l'information* » (Miège, 2005). En fait, le caractère *normatif* du discours sur la « *société de l'information* » a induit une nouvelle forme de catégorisation des sociétés humaines, notamment avec l'irruption de la notion de *fracture numérique*, désignant « *le fossé entre, d'une part, ceux qui utilisent les potentialités des technologies de l'information et de la communication (Tic) pour leur accomplissement personnel ou professionnel, d'autre part, ceux qui ne sont pas en état de les exploiter, faute de pouvoir y accéder par manque d'équipements ou d'un déficit de compétences* » (Kiyindou, 2009b : 89). Ainsi, selon « *les chantres du progrès par la technologie, utiliser les technologies modernes de la communication permettrait d'accomplir le fameux saut technologique, "leapfrogging", de brûler les étapes pour accéder au développement et à la société de l'information* » (Chéneau-Loquay, 2001 : 122). En d'autres termes, le niveau de développement de toute société serait actuellement mesuré à l'aune des équipements et des usages liés aux TIC.

Aussi l'effervescence du discours et de l'action politiques autour des TIC s'inscrit-elle dans une problématique de réduction de la « *fracture numérique* », dont l'objectif serait d'arrimer la société congolaise à cette « *socialité moderne* » et planétaire, c'est-à-dire celle construite autour des interactions sociales soutenues par les dispositifs techniques et qui est censée être portée par le développement et l'usage des TIC. Ce qui signifie que la société congolaise est au cœur de multiples enjeux liés à cette « *injonction technologique* » dont sont porteurs les discours et les actions qu'accompagne le développement des TIC. D'ores et déjà, ce discours d'« *injonction technologique* » se traduit, entre autres, par une approche technocentriste du développement de la presse. En effet, les TIC étant ici considérées comme l'unique facteur de

tout développement, l'acquisition d'équipements et de compétences liés à la maîtrise de ces technologies est alors envisagée comme l'axe central du développement du secteur de la presse. Tout se passe comme si c'était le dispositif technique en soi qui viendrait résoudre les difficultés auxquelles serait confrontée la presse congolaise. On est là en plein « *déterminisme technique* », qui prétend que « *la technologie détermine l'organisation de la société* » (Kiyindou, 2009b : 93), dont elle serait par ailleurs censée expliquer tous les mécanismes d'évolution.

En fait, la vision d'une évolution générale de la société sous-tendue par les TIC a induit, au niveau de la presse, une dynamique développementale basée sur l'usage d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'information. Du coup, l'informatisation des tâches rédactionnelles, consistant particulièrement en la réalisation des écrits d'écran et leur diffusion sur Internet (Ollivier, 2007), apparaît comme la *norme* universelle de développement des entreprises de presse à l'heure actuelle. Et cette approche a donné lieu, au niveau de la presse écrite, à deux principaux types de discours, des plus catastrophistes aux plus prophétiques. Quand certains praticiens et essayistes évoquent l'éventualité d'une substitution de la presse électronique à la presse papier, en prétendant que le régime d'Internet marquait « *la fin du journalisme tel qu'il a été vécu jusqu'ici* » (Fogel, Patino, 2005 : 16), d'autres affirment plutôt une perspective d'intégration, en prônant l'assimilation par la presse écrite des « *innovations technologiques foisonnantes* » pour « *en extraire des usages porteurs d'avenir* » (Joannès, 2007 : 13). On retrouve là l'affirmation d'une double logique de fonctionnement de la presse écrite à « *l'ère d'Internet* », la rupture et l'intégration, faisant ainsi penser à un cloisonnement bipolaire des pratiques journalistiques, suivant que l'on s'inscrit dans l'une ou l'autre logique. Une telle posture appelle à la nécessité d'un questionnement sérieux sur les logiques de fonctionnement en cours dans ce secteur d'activité professionnelle, afin d'éviter le piège d'un déterminisme technologique tendant à faire croire à un nivellement des pratiques journalistiques dans toutes les zones géographiques où les TIC auront été introduites dans les activités de production et de diffusion de l'information de presse. Et ce questionnement ne peut être possible qu'à travers « *des analyses empiriques et distanciées des éventuels changements en cours* » (Rebillard, 2000 : 142), aussi bien dans chaque champ professionnel que dans les différentes aires géoculturelles. D'où la nécessité de sortir du carcan des discours ambiants sur les supposées vertus prométhéennes des TIC pour le développement de la presse congolaise, en interrogeant les pratiques des professionnels eux-mêmes afin de cerner les logiques qui les sous-tendent. À travers ce choix du terrain de la



presse congolaise, nous questionnons la pertinence d'une approche développementaliste de la presse axée sur l'acquisition et l'usage des TIC dans un contexte sociétal qui, lui, serait culturellement marqué par une tendance au déni de « *démocratie des masses* ».

En effet, les problèmes majeurs qui se posent à la presse congolaise seraient, entre autres, l'inexistence de véritables entreprises de presse, les injonctions d'acteurs politiques à l'égard des organes de presse et le manque de techniques de prise de contact avec les publics<sup>2</sup>. Ces deux aspects renvoient respectivement au constat de la *dépendance politique* de la presse et à celui de la distension de lien entre la presse et ses publics. La distension de lien est le fait que les journaux se semblent pas prendre en compte les préoccupations des publics et peinent à couvrir le territoire national, au niveau tant de la collecte que de la diffusion de l'information. L'important pour les organes de presse serait de publier, sans se soucier de la réception de leurs produits par des publics qui, ces derniers, afficheraient à leur tour une désaffection vis-à-vis des médias, tant publics que privés. Dans ce contexte de distension de lien constatée entre les journaux et leurs publics, d'interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de la presse et d'absence supposée de stratégies entrepreneuriales, de quel apport peuvent être les TIC dans le développement de la presse congolaise ? En d'autres termes, en quoi l'« *injonction technologique* » peut-elle contribuer au développement de la presse congolaise dans l'état de *dépendance politique* et d'absence supposée de stratégies entrepreneuriales où elle se trouverait actuellement ? La mise en place d'infrastructures numériques et l'acquisition des compétences en TIC par les professionnels de la presse suffiraient-elles pour développer ce secteur d'activité professionnelle ? Et si le problème du développement de la presse congolaise se posait plutôt en termes communicationnels, c'est-à-dire d'établissement d'une relation dialogique entre la presse et ses publics ? À l'heure où la légitimité de la fonction journalistique serait partout confrontée à la concurrence des publics engagés dans de « *nouvelles* » pratiques communicationnelles liées à l'Internet, parler de la problématique de la « *fracture numérique* » serait-il pertinent dans ce contexte précis de la presse congolaise, sans poser au préalable la question de la *fracture communicationnelle*, c'est-à-dire celle de la distension de lien entre la presse et ses publics ? Et si l'apport des TIC se situait au niveau de l'accompagnement de l'établissement de la relation entre la presse et ses publics, plutôt qu'à celui de la simple acquisition d'équipements et de compétences technologiques, tant par les

---

<sup>2</sup> Ce constat a été fait au cours du colloque sur l'avenir du journalisme au Congo, *La pratique du journalisme au Congo : quel avenir pour la profession ?*, organisé à Brazzaville, du 8-10 décembre 2009, par l'*Observatoire congolais des médias* (OCM), en partenariat avec l'*Organisation internationale de la francophonie* (OIF) et l'*Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture* (UNESCO). Voir Annexes I.

professionnels de la presse que par les publics ? Dans ce cas, quels seraient alors les types de « *procès* » ou logiques socioprofessionnelles que les TIC pourraient accompagner au sein de cette presse congolaise en vue de son développement ? Tel est le questionnement qui est au cœur de notre recherche.

L'hypothèse centrale que nous développons ici est que l'émergence des TIC et le développement des entreprises de presse écrite sont deux perspectives inconciliables dans le contexte sociétal congolais actuel, marqué essentiellement par une dépendance accrue de la presse vis-à-vis du champ de l'action politique. Le développement des entreprises de presse congolaises est plutôt à saisir dans une approche de réduction de la *fracture communicationnelle*, à travers une innovation socioprofessionnelle consistant en la mise en œuvre d'une relation dialogique entre les professionnels de la presse et leurs publics, et non pas par la simple réduction de la « *fracture numérique* », les TIC n'intervenant qu'en tant que « *prothèses* » (Miège, 2007) dans la mise en œuvre de cette relation. La « *fracture numérique* » est en effet liée à une *fracture sociale* qui trouve sa source dans les inégalités sociales (Kiyindou, 2009b : 98). Comme telle, sa réduction devra consister non seulement dans la multiplication d'équipements technologiques, mais aussi et surtout dans une répartition équitable des richesses à travers le monde et au sein de chaque communauté nationale, pour que toutes les couches sociales puissent avoir accès à ces équipements et acquérir des compétences relatives à leur usage.

La problématique de la « *fracture numérique* » doit donc être accompagnée d'une approche d'innovation sociale, qui se résume en la justice sociale, c'est-à-dire dans l'instauration d'une relation sociale égalitaire consistant dans une répartition équitable des richesses, une relation dans laquelle aucune minorité d'individus ne devra prétendre au monopole de la possession des richesses au détriment de la majorité. Autrement, la multiplication d'équipements ne fera qu'accroître cette fameuse « *fracture numérique* », l'accès à ces équipements s'avérant financièrement et cognitivement discriminatoire (Kiyindou, 2009b). Et la *fracture communicationnelle* étant également liée à une relation inégalitaire, c'est-à-dire à une relation monologique entre les professionnels de la presse et certains acteurs sociaux, cette approche d'innovation sociale devra donc se traduire, au niveau de la presse congolaise, par la mise en œuvre d'une nouvelle relation qui soit dialogique et non exclusive entre l'instance de production et le destinataire de l'information de presse. La *fracture communicationnelle* existe en effet parce qu'on observe, au niveau des professionnels de la presse, une faiblesse du

*processus d'intentionnalité discursive* consistant, pour l'instance de production, à assigner à l'information de presse un enjeu en fonction d'une éventuelle reconnaissance des publics dans le discours médiatique. Le *processus d'intentionnalité discursive* renvoie à ce que Patrick Charaudeau appelle « *l'effet de vérité* », c'est-à-dire « *un dispositif énonciatif d'influence psychosociale dans lequel chacun des partenaires de l'échange de parole essaye de faire adhérer l'autre à son univers de pensée et de vérité* » (Charaudeau, 1997 : 49). L'information de presse participe de cet « *effet de vérité* » dans les modalités qui lui sont propres.

Cette hypothèse s'appuie sur le fait que l'appropriation publique des TIC s'oriente actuellement sur une tendance de positionnement concurrentiel des publics vis-à-vis des médias dits « *traditionnels* ». Ce mouvement social, ou mieux encore cette « *logique sociale de la communication* » (Miège, 2004), dans son articulation avec le dispositif technique qu'est Internet, a donné lieu à l'émergence de « *nouvelles* » pratiques communicationnelles liées à Internet, que nous abrégons par le sigle NPCI. Ces pratiques s'observent à travers le phénomène dit de la « *blogosphère* » ou d'autres réseaux socio-numériques. Leur amplification oblige les médias « *établis* » à adopter une relation de coopération avec ces « *nouveaux* » acteurs de l'information et de la communication. Car les actions de communication de certains acteurs sociaux ont pour objectif d'influer sur l'agenda tant politique que médiatique, en cherchant à « *faire entrer dans le débat public des questions délicates que l'agenda médiatique, tout autant que les responsables politiques n'auraient pas forcément traitées de façon immédiate* » (Granjon, 2001 : 21-22). Expression d'une critique sociale consistant dans la protestation contre l'action et/ou le discours des institutions établies (Granjon, 2001), les NPCI seraient ainsi porteuses d'un idéal de « *démocratie des masses* » qui autorise la publicisation sans exclusion de toutes les opinions. La réaction de nombreux médias occidentaux à ce phénomène d'irruption d'individus « *non journalistes* » dans le champ de la production et de la diffusion de l'information médiatique s'est orientée dans la direction du renforcement du lien entre les médias et leurs publics, à travers la mise en œuvre d'une communication interactive entre l'instance de production et celle de réception, en même temps que dans la direction du renforcement de logiques de distinction, illustrée par l'appellation objectivante de « *journaliste professionnel* » (Salles, 2010). Ce qui a donné lieu à une logique de médiatisation des opinions qui, auparavant, seraient vouées à l'exclusion de l'espace médiatique. Cette logique participerait aussi bien du renouvellement de l'idéal démocratique – supposé servir de caution morale à la légitimité de la fonction journalistique – que du renforcement des stratégies de développement économique et de l'évolution des

pratiques professionnelles au sein des entreprises médiatiques (Mathien, 2003 ; Salles, 2010). La mobilisation de cette logique participe de ce que nous appelons ici la *stratégie de capitalisation* des NPCI, qui consiste, pour les médias dits « *traditionnels* », à tirer profit (économiquement et professionnellement) de l'émergence des TIC, ces dernières étant toujours porteuses de normes, de modes d'organisation et de valeurs (Kiyindou, 2009b) d'ordre économique, social, professionnel, culturel, etc.

L'une des valeurs fondamentales que les NPCI sont censées véhiculer, correspond bien à cet idéal sociétal de « *démocratie des masses* ». En effet, « *les nouvelles technologies excitent tout particulièrement les imaginations ; beaucoup voient dans le multimédia et les réseaux interactifs de type Internet les bases d'une cybersociété plus conviviale, plus solidaire et plus démocratique* » (Mattelart A., 1995). Cette référence ancienne se révèle avec le recul du temps particulièrement visionnaire d'une tendance reconnue lourde aujourd'hui. Au niveau des entreprises de presse, cette vision se traduit par un nouveau mode de communication médiatique consistant dans la mise en œuvre et le renforcement d'une relation interactive (dialogique) entre les médias et leurs publics (Aubert, 2011b). Pour un titre de presse, ce mode de communication est supposé répondre à une stratégie de construction d'une *identité discursive* forte et diversifiée devant concourir au développement de l'entreprise. L'*identité discursive* d'un média est l'image publique qu'un organe de presse se donne lui-même à travers ses publications, dans la mesure où une « *entreprise médiatique est essentiellement connue de son public par ses produits comme n'importe quelle autre entreprise* » (Esquenazi, 2002 : 127). Non seulement elle permet de différencier les organes de presse les uns des autres, l'*identité discursive* d'un média « *contribue aussi à former l'attitude "naturelle" des journalistes dans la mesure où elle imprime dans leurs comportements des habitudes, des plis, des manies, qui s'incorporent à leurs modes d'agir* » (Esquenazi, 2002 : 131) ; elle renvoie alors à une approche singulière dans la publicisation des faits de l'expérience. Cette publicisation entre elle-même dans des schèmes de pensée particuliers, répondant ainsi aux attentes des publics plus ou moins précis et développant, par conséquent, des pratiques professionnelles appropriées au sein de l'entreprise de presse. En tant que facteur de différenciation et de notoriété, l'*identité discursive* participe donc du développement des entreprises de presse, en jouant également aux effets de marque particulièrement considérés dans les stratégies de ces entreprises de presse (Salles, 2010).

Le développement des entreprises de presse est abordé ici non seulement sous l'angle de la multiplication de titres de presse, mais aussi et surtout sous celui de la différenciation de leurs identités discursives et de la diversification de l'offre informationnelle. L'identité discursive d'un média se construisant autour des valeurs socioculturelles des publics, le développement des entreprises de presse implique alors la mise en œuvre des stratégies de captation des publics. Ce qui, au niveau des producteurs-diffuseurs, conduit à des opérations de marketing, qui consistent parfois dans la segmentation des publics, voire la diversification de l'offre informationnelle et la multiplication de supports de diffusion au sein d'un même titre de presse, afin d'élargir l'audience et augmenter ainsi les parts de marché (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002). Le marketing et la promotion des produits informationnels participent de ces opérations (Sonnac, 2009), dont l'objectif est de réduire l'incertitude de la valorisation du produit informationnel, en créant une sorte de « *rencontre symbolique* » entre les produits médiatiques et leurs publics. Et c'est bien cette stratégie communicationnelle, qui couvre des enjeux aussi bien économiques que professionnels et sociétaux, que la mobilisation des TIC accompagne au sein des entreprises de presse. Pour Bernard Miège (2003), le recours aux techniques du marketing, même dans la phase de conception, serait l'une des caractéristiques du « *procès* » de travail des industries culturelles et informationnelles observées actuellement avec le développement des TIC. Le développement de la presse est en effet étroitement lié à la construction d'une « *communauté de réception* » (Ruellan, 2011), c'est-à-dire d'une identité discursive différenciée au niveau de chaque titre de presse, une perspective développementale à laquelle sont associées des pratiques journalistiques appropriées, telles que le marketing informationnel, le traitement multimodal de l'information, etc.

Or, la *dépendance politique* de la presse congolaise révèle une tendance à la focalisation de l'offre informationnelle sur un seul public, celui des acteurs politiques. Ce qui, au niveau de la médiatisation, induit une valorisation des opinions d'acteurs politiques et une marginalisation des opinions relevant d'autres champs sociaux. Ce qui est pointé ici, c'est l'uniformisation de l'offre informationnelle relative à une indifférenciation d'identités discursives des titres de presse congolais car tous semblent essentiellement focalisés sur un seul champ social. Cette médiatisation sélective (voire élitiste) constitue donc un frein au développement des entreprises de presse congolaises, dans la perspective où nous abordons ce développement, c'est-à-dire comme une multiplication de titres de presse aux identités discursives différenciées et à l'offre informationnelle diversifiée. Elle renforce ainsi la *fracture*

*communicationnelle*, de nombreuses opinions d'acteurs sociaux ne pouvant avoir accès à l'espace médiatique. Avec l'émergence des TIC en général, et des NPCI en particulier, les entreprises de presse congolaises risquent d'autant leur marginalisation que, dans les pays où les TIC ont acquis un niveau de développement d'usages bien avancé, les « *publics ordinaires* », c'est-à-dire ceux dont les opinions seraient exclues des systèmes médiatiques « *traditionnels* », se sont frayés un nouvel espace d'expression, à travers les différentes potentialités d'Internet, telles que les wikis, les blogs, les réseaux socio-numériques, etc. (Cardon, 2009).

Le constat d'une focalisation de la presse congolaise sur un seul champ social mérite toutefois d'être questionné à son tour, en vue d'une meilleure compréhension des logiques de médiatisation en cours dans la société congolaise, des logiques que viendrait accompagner l'usage des TIC. Cette focalisation signifie-t-elle que les acteurs du champ politique constituent l'unique cible visée par toute l'offre informationnelle des entreprises de presse congolaises ? S'il en est ainsi, qu'est-ce qui pourrait l'expliquer ? Les acteurs du champ politique seraient-ils les seuls à pouvoir réussir à faire passer leurs discours dans la presse ? Si oui, pourquoi les autres acteurs sociaux ne réussiraient-ils pas cette opération ? Quels seraient alors les critères de sélection, c'est-à-dire les *normes* de passage des discours produits dans d'autres champs sociaux vers le champ médiatique, les formes d'expression qui faciliteraient leur accès, les logiques de légitimation des discours et les stratégies d'acteurs concernés dans ce processus de médiatisation ? Le champ politique offrirait-il le *cadre primaire* (Goffman, 1991) exclusif d'appréhension de l'expérience sociale collective pouvant donner lieu à toute légitimation de la fonction journalistique dans la société congolaise ? Ces interrogations nous amènent à nous intéresser spécialement à la relation entre les professionnels de l'information de presse et leurs publics. C'est en effet cette relation qui fonde la légitimité de la fonction journalistique ((Wolton, 2009a : 22), oriente les modalités de médiatisation de l'expérience sociale dans les organes de presse et justifie les différentes postures professionnelles adoptées par les journalistes. D'où la préconisation de quatre sous-hypothèses qui ont orienté notre recherche.

La première hypothèse est qu'il existe dans la société congolaise un champ social dominant, constituant les « *publics-sources* » et monopolisant la relation entre la presse et les publics. La monopolisation de cette relation « *presse-publics* » par un seul champ social dominant aurait pour conséquence directe l'occultation par la presse, des autres discours relevant d'autres

champs sociaux, constitués de « *publics ordinaires* » qui, du coup, seraient exclus du circuit médiatique. Médiatiser, c'est en effet faire passer des paroles publiques d'un champ social donné, c'est-à-dire les espaces formés par des « *publics-sources* » où elles ont été produites d'après les modalités propres à ces espaces, vers le champ médiatique où elles prennent d'autres formes selon les *cadres* propres à chaque média (Delforce, Noyer, 1999). Et la monopolisation de cette relation par un seul champ social dominant conduit les professionnels de la presse à privilégier, dans le « *triangle journalistique* » des publics de la presse (Dauvin, Legavre, (dir.), 2007), un seul sommet, celui des « *publics-sources* » constitués ici par les acteurs de l'action politique, excluant du coup leur relation avec le sommet des « *publics ordinaires* » dont la caractéristique principale serait d'être situés en marge de l'action politique. Ce qui conduit à une focalisation de la presse autour de l'action politique. Et cette focalisation serait révélatrice d'une dépendance du cadre médiatique par rapport au cadre politique, faisant du champ politique l'unique *cadre social* (Goffman, 1991) d'appréhension de l'expérience sociale collective. Dans ce cadre précis, l'information diffusée par la presse congolaise se confond avec le discours officiel des gouvernants, la presse n'étant alors qu'une simple caisse de résonance des institutions politiques en place.

La deuxième hypothèse est que la monopolisation de la relation « *presse-publics* » par un seul champ social est liée à la possession par les acteurs de ce champ social dominant, d'un capital financier intéressant les acteurs de la presse. Dans cette hypothèse, le champ social de l'action politique devient une source de financement plus sûre pour les entreprises de presse congolaises. Cet aspect renvoie en effet à l'idée de *financiarisation* des industries médiatiques. Dans la perspective développée par Philippe Bouquillion (2008), la *financiarisation* consiste ici dans le financement des industries médiatiques par des acteurs financiers qui, en contrepartie, attendent des acteurs médiatiques, une adaptation de leurs activités aux exigences d'une rentabilité financière de plus en plus croissante. Les acteurs médiatiques sont ainsi soumis à une gouvernance financière, en valorisant financièrement les capitaux investis. Mais au niveau de la presse congolaise, les actionnaires sont des acteurs politiques. Pour ces types d'actionnaires financiers, l'objectif serait de rentabiliser leurs investissements financiers, en obtenant des acteurs de la presse, des gains en capital non pas financier mais plutôt *symbolique*, ou signifiant (Bourdieu, 2001), par la mise en œuvre d'une information de presse devant valoriser leurs actions politiques. Aussi les professionnels de la presse sont-ils soumis à une *gouvernance symbolique*, en transformant le capital financier en *capital symbolique*. On assiste ici à une logique de marketing économique consistant en la

limitation de l'offre informationnelle à un seul et unique segment de publics qui possède un pouvoir financier important, et qui ne serait autre que l'ensemble de « *publics-sources* » appartenant au champ de l'action politique ou ayant des intérêts communs avec ce champ. Cette logique de marketing est alors à l'origine de l'exclusion médiatique des discours relevant des acteurs d'autres champs sociaux, constitués de « *publics ordinaires* » dont la caractéristique principale serait le manque ou la faiblesse du pouvoir d'achat et/ou du pouvoir politique.

La troisième hypothèse est que la domination d'un seul champ social dans la relation « *presse-publics* » est révélatrice d'un *ethnocentrisme* dans le fonctionnement du champ politique congolais, de manière générale. Le terme *ethnocentrisme* renvoie ici à l'idée d'un fonctionnement tribal des partis politiques engagés dans l'animation de la vie politique nationale, des partis que nous appelons ici des *tribus politiques*. Nous les appelons ainsi parce qu'ils se présentent comme des communautés d'individus essentiellement marqués par la conscience d'appartenir à une communauté de valeurs morales et culturelles dont ils ne peuvent se départir, à l'image des membres d'une *tribu*, que Joseph Mampouya définit comme une communauté de personnes partageant les mêmes sentiments d'appartenance à une entité territoriale, possédant un patrimoine culturel et religieux commun et n'admettant aucune autre valeur venue d'ailleurs (Mampouya, 1983). Déterminé par son environnement immédiat qui l'oblige à épouser toutes ses valeurs, l'individu tribal ne connaît d'autres modes d'existence et de pensée que ceux de son groupe social. L'*ethnocentrisme* renvoie donc à cette conscience tribale qui enferme l'individu dans un univers culturel clos. Il faut tout de même signaler qu'il ne s'agit là que d'un discours de représentation obéissant aux besoins d'analyse du comportement des acteurs politiques congolais, et non pas d'une réalité ethnologique en soi. Car il ne nous semble pas pertinent qu'on puisse encore imaginer le phénomène tribal dans la société congolaise comme constitutif d'ensembles de groupes ethniques, totalement isolés les uns par rapport aux autres, à la manière des *monades* de Leibniz (1978)<sup>3</sup>.

Appliqué aux champs sociaux s'intéressant au débat politique, un tel mode de fonctionnement ne permet pas la contradiction et la diversité d'opinions. Il conduit l'individu à exclure et à rejeter tout ce qui n'entre pas dans le cadre des représentations socioculturelles ou politiques

---

<sup>3</sup> Leibniz conçoit le monde comme un ensemble de *monades*, c'est-à-dire d'organismes possédant chacun un point de vue singulier sur le monde et dont chacune des perspectives nourrit une cohérence interne, se développant ainsi fermée sur lui-même selon une loi interne qui lui est propre. Seul Dieu possède l'infinité des points de vue.



admises dans son cercle d'appartenance politique. Ce qui fait que tout parti politique qui réussit à acquérir un pouvoir politique et/ou économique très important a tendance à entretenir une relation de domination vis-à-vis des autres champs sociaux, qu'ils soient politiques ou pas, cherchant ainsi à se placer dans une situation de monopole de la pensée socioculturelle et politique. D'où ce constat d'« *injonctions politiques à l'égard des organes de presse* », ces injonctions ayant pour but d'amener les entreprises de presse à s'aligner sur les orientations idéologiques de la *tribu politique* dominante. La conséquence est qu'il existe d'autres acteurs sociaux qui ne réussissent pas à faire passer leurs opinions et leurs expériences dans l'univers médiatique. Ces derniers acteurs sociaux trouvent ainsi, à travers Internet, un nouvel espace médiatique, plus souple et facile d'accès, où ils expriment leurs opinions et exposent leurs expériences. Ce qui les positionne dans une relation à la fois de défiance et de concurrence vis-à-vis des organes de presse. Ainsi, loin de paraître comme un facteur de développement de la presse congolaise, l'émergence des TIC ne fait que renforcer sa marginalisation et sa désaffection par des publics exclus de l'univers médiatique « *traditionnel* », et qui finissent par se positionner en concurrents vis-à-vis des professionnels de la presse, en se saisissant des opportunités communicationnelles offertes par l'Internet.

La marginalisation des publics et leur désaffection vis-à-vis des médias « *traditionnels* » traduisent donc la *fracture communicationnelle*, c'est-à-dire cette distension de lien entre la presse et ses publics. La *fracture communicationnelle* a trait ici à ce que Lotfi Madani (1996) appelle, dans le cas de la télévision algérienne, *l'extranéité*, c'est-à-dire le fait pour des publics de ne pas se reconnaître dans l'information médiatique qui leur est servie : « [...] *par l'information les Algériens accèdent à une perversion de leur réel, mais en revanche, ils doivent vivre dans l'imaginaire des autres* » (Madani, 1996 : 316). Ainsi, pour paraphraser cet auteur, c'est le « *réel des autres* » qui est mis en scène à travers l'information de presse, un « *réel* » qui apparaît étranger aux publics et auquel ces derniers n'adhèrent pas. Toutefois, pour le cas de la presse congolaise, nous adoptons plutôt le terme de *fracture communicationnelle*, dans la mesure où cette presse semble distante de ses publics tant au niveau de l'élaboration que de la diffusion de l'information ; on est donc au-delà de *l'extranéité*, tout au moins telle qu'elle est abordée par Lotfi Madani, puisque les publics congolais n'auraient même pas accès à « *cette perversion de leur réel* » qui les contraindrait à vivre dans « *l'imaginaire des autres* », pour reprendre les termes de Lotfi Madani. En effet, la distension de lien entre la presse congolaise et ses publics s'observe non seulement au niveau du procès de la collecte de l'information mais aussi au niveau de sa diffusion, d'autant plus

que tous les journaux ou presque peinent à couvrir tout le territoire national, au niveau tant de la collecte que de la diffusion de l'information<sup>4</sup>.

La quatrième hypothèse est que cette monopolisation et cette domination de la relation « *presse-publics* » par un seul champ social induisent, au niveau des entreprises de presse, une appropriation des TIC cristallisée autour des pratiques professionnelles traditionnelles qu'elles structurent déjà. En effet, les TIC s'ancrent dans des pratiques sociales ou professionnelles existantes dont elles peuvent accompagner le développement (Miège, 2007). La conséquence est qu'Internet ne joue ici qu'un rôle d'accompagnement des logiques de médiatisation et de diffusion déjà en cours dans la presse congolaise, des logiques qui ne s'inscrivent pas du tout dans cette stratégie de renouvellement ou de promotion de l'idéal sociétal de « *démocratie des masses* » qu'elles accompagnent déjà dans la presse française, par exemple (Toullec, 2004). Ce qui, dans la pratique, se traduit par une simple transposition sur Internet des logiques traditionnelles de construction et de diffusion du produit informationnel, faisant ainsi impasse sur l'innovation professionnelle à « *l'ère du numérique* » où le produit informationnel se décline en plusieurs modes d'élaboration, de diffusion et d'accès.

L'objet de notre étude, ce sont les entreprises de presse écrite congolaises relevant du secteur privé. L'objectif général de ce travail est d'appréhender les logiques de médiatisation en cours dans ces entreprises de presse, pour voir en quoi ces logiques peuvent contribuer à leur développement, dans un contexte mondial marqué par l'« *injonction technologique* » liée à l'idéologie de la « *société de l'information* ». Cette « *injonction technologique* » se traduit déjà, entre autres, par l'émergence des NPCI dont la conséquence est de faire passer certains publics des médias, de simples consommateurs aux usagers créateurs de contenus médiatiques (Bouquillion, Matthews, 2010). Dès lors, le choix des entreprises de presse congolaises se justifie ici du fait qu'elles font partie d'une presse africaine francophone généralement présentée comme l'illustration d'une presse non préoccupée par des stratégies de développement entrepreneurial et dont le fonctionnement serait très influencé par l'évolution politique des États. Ces entreprises de presse s'inscriraient ainsi dans un modèle de presse que certains observateurs et/ou chercheurs qualifient de « *presse de propagande politique* », épousant les besoins de la politique (Perret, 2005 ; De la Brosse, 1999). Il s'agit donc de démontrer ici comment cette orientation éditoriale, qui traduit la *dépendance politique* de la

---

<sup>4</sup> Voir Annexes II.

presse, ne peut s'accommoder d'un développement des entreprises de presse dans un contexte d'émergence et d'appropriation publique des TIC. Et nous abordons cet objet sous l'angle de la construction du discours médiatique, encore appelée information de presse. Dans le champ de la recherche sur le journalisme, il existe en effet une certaine partition entre l'analyse des structures d'organisation, d'une part, et la fabrication du journal, principalement sous l'angle rédactionnel, d'autre part<sup>5</sup>. Notre recherche s'inscrit donc dans le second volet de cette partition. De façon plus particulière, nous allons aborder ici la question de la collecte et du traitement de l'information, qui sont des opérations participant du processus de médiatisation au sein d'une entreprise de presse.

Ce travail s'inscrit dans l'axe de recherche « *L'Industrialisation de la culture, de l'information et de la communication* », un axe du *Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication* (GRESEC), dont le questionnement global s'oriente sur une évolution de l'information et de la culture, sous de nombreux aspects (culturels, sociopolitiques, sociaux et économiques), afin de dégager des logiques sociales de fonctionnement qui orientent plus ou moins les stratégies des acteurs sociaux sur une longue période. Il s'inscrit plus particulièrement dans la problématique générale de la structuration des entreprises de presse et de l'évolution des pratiques journalistiques à « *l'ère d'Internet* ». En effet, la presse congolaise n'est souvent vue par certains acteurs sociaux que dans son rôle d'accompagnement de l'évolution sociopolitique du pays, du développement ou de défense des droits et libertés humains. Cela peut s'observer à travers l'organisation des séminaires de formation dédiés aux professionnels de la presse et qui sont régulièrement axés sur des thèmes spécifiques au rôle d'accompagnement des politiques nationales que l'État entend assigner à la presse de façon générale. Dans ce contexte, l'évolution des pratiques journalistiques risque de n'être appréhendée qu'à travers cet unique cadre idéologique, occultant quelque peu les stratégies de développement entrepreneurial internes aux entreprises de presse. Et, au niveau de la recherche scientifique, cette tendance risque de faire l'impasse sur la réflexion sur les stratégies de développement entrepreneurial internes aux entreprises de presse.

Devant cette situation, la recherche scientifique est appelée à intégrer, en dehors du cadre idéologique formé essentiellement par le binôme médias/politique, le cadre économique qui,

---

<sup>5</sup> Cf. propos de DUVILLARD Valérie sur « La recherche sur le journalisme : apports et perspectives », Séminaire ouvert du GRESEC, 1<sup>er</sup> février 2005, in *Les Enjeux de l'information et de la communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2005/Seminaire\\_Gresec/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2005/Seminaire_Gresec/index.php) (consulté le 19/12/2009).

lui, est constitué par l'autre binôme médias/économie. L'intégration de ce dernier cadre dans cette recherche implique donc la prise en compte des logiques économiques et des stratégies entrepreneuriales internes, dans la perspective d'une légitimation de la fonction journalistique vis-à-vis des publics, ces logiques et stratégies participant du développement général des entreprises de presse et de l'évolution des pratiques journalistiques. D'où le choix d'aborder cette question de la presse congolaise à la fois dans sa relation avec « *l'atmosphère idéologique de la société* » (Miège, 1986 : 24) et dans sa relation avec les publics pour lesquels elle se présente à la fois comme un service civique et une activité marchande (Charaudeau, 1997). Ce qui implique un recours à l'économie des médias, qui s'interroge, entre autres, sur le statut juridique des organes de presse, les sources de financement, les ressources humaines et matérielles, la place et le rôle de la publicité (Lenoble-Bart, Tudesc (dir.), 2008), pour éviter le piège d'une logique de recherche autocentrée sur le cadre idéologique.

Notre démarche s'inscrit ainsi dans cette perspective de reconfiguration de posture au niveau de la recherche scientifique vis-à-vis de la presse congolaise, comme objet d'étude. Cette reconfiguration consiste dans la prise en compte des deux dimensions économique et symbolique de la presse. Il s'agit de sortir de ce que l'on a pu observer au niveau de l'audiovisuel français, tout au moins jusque dans les années 1970, où les études sur les systèmes audiovisuels étaient focalisées sur l'angle de la relation État/culture, faisant ainsi « *l'impasse sur la dimension industrielle, voire commerciale, de la production culturelle de masse* » (Mattelart A., 1983 : 52). Et la reconfiguration de la posture de recherche scientifique préconisée à ce niveau, consista à « *passer du binôme simpliste industrie/culture à la mise en perspective des rapports de forces entre culture, État et industrie* » (Mattelart A., 1983 : 53). En ce qui nous concerne, la démarche préconisée ici est d'éviter le piège d'un éventuel « *emballage heuristique* » sur les rapports manichéens presse/État, presse/développement, presse/droits de l'homme, presse/démocratie, etc., pour nous inscrire dans une analyse transversale des rapports de forces entre la presse, l'économie, les publics et les institutions publiques/politiques. Cette posture se justifie par le fait que la question de la légitimité de la fonction journalistique est transversale à la relation médias/enjeux politiques et/ou économiques d'une part, et médias/publics d'autre part. Et les deux dimensions symbolique et économique de la presse se croisent dans ces deux relations car, dans certains cas, l'une, comme l'autre, peut être plus déterminante dans l'élaboration d'une offre informationnelle,

selon le poids économique et/ou symbolique qu'elle représente dans l'équilibre du fonctionnement interne de l'entreprise de presse.

Enfin, au niveau du rapport entre TIC et développement de la presse, il s'agit de sortir du point de vue diffusionniste des techniques, impliquant une approche technocentriste du développement, pour interroger ces dispositifs techniques sur l'angle de leur ancrage dans des logiques de fonctionnement internes aux organisations entrepreneuriales. Le but est de cerner leur impact dans la structuration des entreprises de presse et dans l'évolution des pratiques professionnelles. Il s'agit là d'une autre façon d'interroger l'inscription de la presse congolaise (en tant qu'ensemble de structures et de pratiques professionnelles) dans l'idéologie de la « *société de l'information* », pour en cerner les différentes configurations structurelles et les évolutions des pratiques professionnelles qui en résultent. En adoptant une approche *info-communicationnelle* de la presse, notamment avec la mobilisation de la notion d'*ancrage social des techniques* (Miège, 1997), nous essayons de démontrer que ce ne sont pas les TIC qui, comme par miracle, viendraient automatiquement générer les stratégies de développement des entreprises de presse congolaises. Bien au contraire, l'usage des TIC ne fait qu'accompagner des stratégies existantes, comme il accompagne déjà de nombreuses formes d'expression issues des publics « *exclus* » de l'espace médiatique « *traditionnel* » (Cabedoche, Ruellan, Le Cam, 2006 ; Cabedoche, 2008). Toutefois l'aspect des publics « *exclus* » de l'espace médiatique « *traditionnel* » n'a pas été spécifiquement abordé, bien que nous ayons eu recours à quelques données discursives recueillies sur des plateformes numériques identifiées comme des « *blogs commentaires* » et des « *blogs citoyens* », c'est-à-dire des « *espaces d'information et de réflexion* » (Masson, Morelli, 2009 : 161). Et c'est là la première limite de ce travail, qui s'est uniquement concentré sur les professionnels de la presse et n'a pas enquêté sur les publics. Nous ne nous sommes pas engagés dans cette direction, parce que notre préoccupation principale est de cerner d'abord les procès de médiatisation qui sont en cours dans les entreprises de presse écrite congolaises. L'étude de ces procès a l'avantage de nous renseigner sur l'hypothèse d'un *procès de médiatisation exclusive*, c'est-à-dire se focalisant sur un seul champ social, tout en excluant d'autres.

Le concept de *champ social* est mobilisé ici dans la perspective développée par Pierre Bourdieu, qui considère le monde social comme un ensemble d'espaces sociaux dans lesquels le positionnement d'acteurs est fondé sur la possession de différentes sortes de capitaux, dont la répartition entre acteurs sociaux est cependant inégalitaire (Bourdieu, 2000 ; 2001). Le

choix de ce concept se justifie ici par la complexité de notre objet d'étude, particulièrement de la relation entre l'acteur politique et le professionnel de la presse dans la société congolaise. Les limites d'action entre ces deux types d'acteurs sociaux sont tellement floues qu'il serait moins pertinent d'appréhender leur relation dans un cadre conceptuel qui les ferait agir l'un indépendamment de l'autre. C'est ainsi que nous avons écarté le concept d'*espace public*, jugé trop *normatif* (Miège, 2010) et dont l'application sur le terrain congolais nous est apparue moins évidente. Ayant en effet observé une certaine connivence entre l'acteur politique et le professionnel de la presse, notamment avec le fait de la dépendance politique de la presse, seul donc un cadre conceptuel permettant l'intrusion de l'un dans l'espace de l'autre se prête mieux à notre analyse. Et c'est le cas ici du concept de *champ social*, auquel Pierre Bourdieu assigne une fermeture relative. En effet, bien que chaque champ social soit structuré par une « *espèce particulière de capital* », aucun champ n'est hermétiquement fermé sur lui-même, quand bien même toute « *tentative pour imposer au-delà* » serait vécue comme « *une forme de tyrannie* » (Bourdieu, 2000 : 63). Voulant mettre en lumière les interactions traditionnelles entre l'acteur politique et le professionnel de la presse, nous avons donc procédé à une répartition de ces deux types d'acteurs sociaux sur deux champs différents, le champ politique et le champ médiatique, en tenant compte du fait de la fermeture relative d'un champ social sur lui-même.

Appartenant à deux champs différents, les deux types d'acteurs sociaux sont néanmoins engagés dans des interactions diverses au cours desquelles se réalise un échange de *capitaux*. Ce dernier terme renvoie aux « *ressources* » et aux « *atouts que chacun possède et dont les autres ont besoin pour réaliser leur projet collectif ou individuel* » (Quivy, Van Campenhoudt, 1995, 2006 : 119). Ce sont donc ces *capitaux* et leurs modalités d'échange que nous avons voulu appréhender, et ce pour mieux comprendre les stratégies d'acteurs qui président à la médiatisation de la réalité sociale dans la presse congolaise. La mobilisation du concept de *champ social* nous aide donc à mieux saisir les ressources et les atouts dont dispose l'acteur du champ politique et la « *forme de tyrannie* » qu'ils lui permettent d'exercer sur le champ médiatique, ainsi que les formes de *coopération* qui se développent entre les deux champs. La *coopération* se comprend ici comme « *une relation d'échange caractérisé par une certaine durée, mais aussi par l'inégalité des parties* », cette inégalité étant liée à la disparité des « *atouts, ressources et moyens dont chacun dispose* » (Quivy, Van Campenhoudt, 2006 : 119). Expression de la *dépendance politique* de la presse, c'est bien cette relation de « *coopération inégalitaire* » entre les deux acteurs politique et médiatique qui

oriente le développement des entreprises de presse congolaises et structure les pratiques professionnelles, et ce malgré une quelconque « *injonction technologique* » extérieure.

Notre recherche, qui aborde le développement des entreprises de presse sous l'angle de la différenciation des titres de presse et de la diversification de l'offre informationnelle, se concentre donc sur les deux procès de collecte et de traitement de l'information. Si la collecte de l'information est le fait de recueillir des « *faits bruts* » (Esquenazi, 2002) auprès des « *publics sources* », le traitement de l'information est, quant à lui, « *la manière de faire, la façon dont l'informateur décide de rapporter langagièrement (et iconiquement s'il a recours à l'image) les faits qu'il a sélectionnés, en fonction de la cible qu'il a prédéterminée, avec l'effet qu'il a choisi de donner* » (Charaudeau, 1997 : 37), dans un espace de diffusion où s'exercent des logiques d'acteurs dominants. Ce sont donc les sources et les modalités de leur traitement mobilisées dans la presse congolaises qui constituent la base de notre analyse. En lien avec les hypothèses préconisées, notamment celles liées à l'existence d'un champ social dominant ayant monopolisé la relation entre la presse et ses publics, ce sont les indices de cette monopolisation que nous avons voulu saisir à travers les sources d'information mobilisées, ainsi que leur mode de traitement au sein des entreprises de presse. La différenciation des titres de presse et la diversification de leur offre informationnelle sont en effet fonction non seulement de sources d'information mobilisées, mais aussi et surtout du traitement discursif que ces sources peuvent subir au sein de chaque entreprise de presse, suivant sa propre ligne éditoriale. La monopolisation de la relation « *presse-publics* » par un seul champ social dominant signifie que toute l'offre informationnelle de la presse congolaise serait construite à partir des sources uniques, et que celles-ci connaîtraient un même mode de traitement dans tous les titres de presse, brouillant ainsi la ligne éditoriale de chaque journal.

Or, notre analyse s'oriente sur deux pôles principaux de développement de la presse, que nous appelons le pôle de la *différenciation* et celui de la *diversification*. La *différenciation* s'appréhende ici à travers l'orientation éditoriale, c'est-à-dire le positionnement idéologique d'un titre de presse. Quant à la *diversification*, elle est saisie autant par la « *multimodalité* » du produit informationnel que par la variété de supports de diffusion et des modes d'accès proposés par un titre de presse (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.) (2002). Ce dernier aspect renvoie à une segmentation des publics et à une adéquation de l'offre informationnelle par rapport aux attentes des publics ciblés. Cette opération peut induire des études particulières sur les publics pour identifier leurs besoins en information, en vue d'y adapter

l'offre. Les principales opérations menées par les acteurs du champ médiatique en vue de ce développement sont alors de deux ordres. Il s'agit d'abord de la définition d'une orientation éditoriale, à travers la mise en œuvre d'une réflexion relative au positionnement idéologique du titre de presse. En général, c'est un travail qui se fait en amont par les promoteurs/propriétaires du titre de presse : il s'agit de se positionner autant sur le marché de la presse que sur les expériences sociales à médiatiser, ainsi que sur la manière de les mettre en scène au niveau du média et de sa diffusion auprès des publics, le but étant de se démarquer vis-à-vis de ses concurrents, en se forgeant une identité et une image propres. Ce qui conduit donc à la seconde opération, qui consiste dans l'identification des publics et de leurs besoins en information. Il s'agit en fait d'un ensemble d'opérations de marketing visant à adapter l'offre informationnelle à une supposée demande sociale. Les produits de la presse dépendent en effet d'un marché lié aussi bien au système de distribution des journaux qu'au besoin d'information du public potentiel et à la concurrence des autres journaux et des autres médias (Lenoble-Bart, Tudesq, 2008). La demande peut alors venir aussi bien des publics que des propriétaires/promoteurs eux-mêmes, en rapport soit avec la ligne éditoriale, soit avec les contraintes économiques et financières, voire avec l'environnement sociopolitique et/ou juridique. Le journalisme est en effet une activité très contingente, toute transformation profonde de la société est susceptible d'y induire des changements de grande ampleur (De Bonville, 2002 : 161). Aussi la ligne éditoriale d'un titre de presse peut-elle entrer en conflit avec des contraintes économiques et financières, ou avec l'environnement sociopolitique, voire avec les attentes des publics.

En général, ce sont deux types de services différents qui interviennent dans la mise en œuvre de ces deux opérations : le service marketing et le service rédactionnel. Le premier travaille dans la conception d'une adéquation de l'offre informationnelle aux publics ciblés par l'orientation éditoriale. Il devrait être interrogé sur les visées commerciales de l'entreprise. Mais dans notre recherche, nous n'avons pas spécialement interrogé des agents évoluant dans ce service, pour la simple raison que, dans presque tous les journaux que nous avons abordés, le service marketing est inexistant. Du coup, nous avons orienté notre enquête uniquement sur le service rédactionnel, d'autant plus que c'est ce même service qui, dans la majorité des journaux interrogés, s'occupe des relations publiques. C'est au sein de ce service que l'on retrouve les professionnels de l'information de presse, que sont les journalistes et dont le travail consiste dans la collecte, la mise en forme et la présentation des informations (Mathien, 2003). Et parmi ces nombreux professionnels, on note la figure du rédacteur en



chef, qui occupe la fonction centrale de ce service, puisque c'est à lui qu'incombent le choix des sujets, l'organisation de la couverture de l'actualité et la responsabilité du contenu (Rambaud, 2008). Mais là non plus, nous n'avons toujours pas trouvé partout un service rédactionnel bien structuré, le personnel de certains journaux se résumant parfois au seul promoteur et directeur de la publication. Ce qui explique que nous n'ayons interrogé que des journalistes que nous avons pu rencontrer au sein des organes de presse abordés, parmi lesquels des directeurs/propriétaires de publication, des secrétaires de rédaction, des responsables de rubriques, des reporters et des cadres administratifs.

Nous avons adopté une démarche qualitative, consistant dans le recueil des données primaires, suivant une grille d'entretien et un questionnaire préalablement établis. L'avantage de cette approche méthodologique est qu'elle aide à la mise en lumière des logiques, des stratégies et des enjeux économiques, politiques et professionnels qui accompagnent les pratiques journalistiques, car « *l'entretien permet de recueillir des schèmes de classement incarnés, intériorisés et de tenter de mieux comprendre ce qui fait agir les agents sociaux dans leurs têtes et dans leurs corps* » (Legavre, 2007 : 36). Il s'agit d'entretiens semi-directifs qui ont porté sur les thèmes suivants : focalisation de la presse sur l'action gouvernementale, injonctions politiques à l'égard de la presse, pressions extérieures sur le traitement de l'information, sources de financement, définition des publics, appropriation professionnelle des TIC dans les organes de presse. Au total, nous avons interrogé onze titres de presse, dont un quotidien (*Les Dépêches de Brazzaville*, l'unique quotidien de la place), deux bihebdomadaires (*La Semaine Africaine*, *Talassa*), quatre hebdomadaires (*Les Echos du Congo*, *L'Agenda*, *Epanza Makita*, *Le Patriote*), un mensuel (*Le Chemin*), deux irréguliers (*Le nouvel Observateur d'Afrique*, *La Rue Meurt*, paraissant au gré des circonstances financières et/ou événementielles), et un disparu (*Le Miroir*, absent des kiosques après un an de parution).

Il s'agit d'un échantillon basé non pas sur la représentativité des journalistes, mais sur celle de l'orientation éditoriale et de la propriété juridique des titres de presse congolais. Notre préoccupation ne porte pas en effet sur les pratiques individuelles, mais sur des logiques professionnelles et des stratégies internes aux entreprises de presse, des logiques et des stratégies qui sont susceptibles d'orienter les pratiques journalistiques au sein des entreprises de presse. À travers ces onze titres choisis, nous retrouvons les différents types d'orientation éditoriale qui caractérisent la presse congolaise, à savoir les journaux d'information générale, d'action sociale et d'opinions sociopolitiques, appartenant soit aux acteurs politiques ou aux

acteurs économiques, soit aux fonctionnaires d'État ou aux hommes d'Églises. Le repérage des titres interrogés s'est fait autant par une lecture de journaux que par la consultation de quelques personnes-ressources. À ces titres de presse, nous avons ajouté l'*Observatoire congolais des médias* (OCM) dont nous avons interrogé quelques animateurs principaux, en qualité d'observateurs des pratiques journalistiques dans la presse congolaise, cette institution ayant pour mission de veiller au respect de l'éthique et de la déontologie dans l'exercice du métier de journaliste. Ce qui nous donne une vue assez générale du paysage de la presse écrite congolaise, notre objectif étant de dégager les *logiques sociales de la communication* en cours dans les activités de collecte et de traitement de l'information, des logiques devant exprimer ou pas la *dépendance politique* de la presse et dans lesquelles l'usage des TIC est susceptible de s'ancrer.

En ce qui concerne le mode d'administration du questionnaire, nous avons prévu des entretiens en face à face, étant donné qu'il s'agissait des questions ouvertes. Et dans la plupart des cas, cette procédure a été respectée<sup>6</sup>. Toutefois, nous nous sommes aussi adapté aux aléas du terrain, certaines personnes contactées ayant préféré répondre par écrit, généralement à cause du manque de disponibilité, et d'autres voulant associer les deux, c'est-à-dire les réponses écrites et l'entretien en face à face, afin d'apporter des précisions orales sur leurs écrits. Ce qui a parfois donné lieu à des interviews très approfondies, soit individuellement, soit en groupe (en présence de plusieurs membres de l'équipe de rédaction et de l'administration du journal). L'autre difficulté était liée au fait que certains journaux n'ont pas de siège social, et il nous a donc été difficile d'obtenir des rendez-vous dans le temps avec leurs animateurs. Cette difficulté a d'ailleurs réduit le nombre prévisionnel de journaux que nous avons bien voulu interroger, étant donné que notre séjour sur place était limité à deux mois. Les entretiens ont été tous réalisés entre juillet et août 2011, à Brazzaville. Les données recueillies ont été associées à quelques autres « *écrits indigènes* », que sont les documents réalisés par les professionnels de la presse eux-mêmes dans des circonstances diverses, dans le but soit de décrire et/ou de définir leurs propres pratiques, soit de les justifier. Nous pensons ici aux articles et ouvrages, imprimés ou numériques, écrits par des journalistes congolais. Ces données sont importantes parce qu'elles sont porteuses d'un regard réflexif des

---

<sup>6</sup> Pour des raisons de confidentialité, nous ne mentionnerons pas l'identité des personnes interrogées au niveau de la presse congolaise. Nous utiliserons des termes génériques, tels que « *membre de ...* », « *journaliste à ...* », « *administrateur de...* », « *un directeur de publication* », etc. Et le lieu des entretiens sera simplement indiqué par la ville où nous les avons réalisés, c'est-à-dire Brazzaville, sans préciser l'endroit exact.

professionnels eux-mêmes sur leurs propres pratiques. Ce qui nous a permis de faire des croisements de points de vue, qui ont eu l'avantage d'approfondir l'analyse et d'en élargir les perspectives. Et c'est donc à travers une recherche documentaire que nous avons pu recueillir ce type de données. Le principal critère de leur sélection a été le lien (direct ou indirect) avec le contexte de construction (collecte et traitement) de l'information dans la presse congolaise.

Par ailleurs, pour avoir un aperçu sur l'appropriation publique des TIC au niveau des publics congolais, nous nous sommes également intéressé à certains sites Web et blogs au sein desquels nous avons identifié quelques discours relatifs aux réactions des Congolais sur des sujets d'actualité nationale. Ces réactions sont des opinions publiées sur des sites Web et blogs, et dont le contenu renvoie à des postures discursives protestataires/oppositionnelles vis-à-vis des institutions publiques/politiques en place. Pour ce faire, nous avons réalisé une veille informationnelle (par abonnement au flux RSS et par accès direct) autour des sites Web et blogs que nous avons identifiés comme tels. Après avoir mené une investigation sur Internet (en utilisant des moteurs de recherche) mais aussi consulté certaines personnes-ressources, nous avons principalement suivi *congopage.com*, *mwindo.org*, *kimpwanza.org*, *zenga-mambu.com*, *congoinfos.com*, *congo-liberty.com* et *congo-site.com*. En dehors de *congo-site.com*, qui se définit comme un portail national d'information et de conseils sur le Congo-Brazzaville, tous ces blogs et sites Web sont des plateformes numériques individuelles ou collectives animées par des Congolais de la diaspora. Les données, recueillies ici par une lecture assidue d'articles et de commentaires postés sur ces sites Web et blogs, nous ont permis d'affiner notre analyse sur l'attitude des professionnels de la presse congolaise vis-à-vis des NPCI.

L'objectif de notre travail étant de comprendre les *logiques sociales de la communication* qui structurent les pratiques médiatiques dans la presse congolaise, l'approche méthodologique adoptée vise à saisir l'entreprise de presse comme un *espace de communication*, c'est-à-dire « un espace à l'intérieur duquel le faisceau de contraintes pousse les actants [...] à produire du sens sur le même axe de pertinence » (Odin, 2011 : 39). Ce sont donc les « *contraintes contextuelles régissant la construction du texte* » médiatique (Odin, 2011 : 17) qui nous intéressent ici, et non pas le texte comme tel. Ce qui inscrit notre analyse dans un « *modèle de production* », c'est-à-dire celui qui décrit « *le contexte comme une construction qui vient avant la communication* » pour en fixer les modalités, d'autant plus que, « *suivant le contexte dans lequel elle est effectuée, la construction du texte peut être différente* » (Odin, 2011 : 21

et 16). C'est ce contexte, c'est-à-dire l'ensemble de « *contraintes* » présidant à la construction (collecte et traitement) de l'information de presse, qui est au cœur de notre analyse. En d'autres termes, notre analyse s'inscrit dans une *approche pragmatique*, c'est-à-dire celle consistant à mettre « *le contexte au point de départ de la production de sens* » et postulant que « *c'est le contexte qui règle cette production* » (Odin, 2011 : 9). De ce fait, nous nous inscrivons dans une *approche socio-discursive des médias*, qui s'intéresse aux produits médiatiques « *plus comme des faits sociaux que comme des faits de langage* » (Esquenazi, 2002 : 8). L'information de presse est alors appréhendée ici comme un *construit social* (De la Haye, 1985). Ce qui signifie que nous ne nous sommes pas intéressé à l'analyse de contenu (produits médiatiques) ; c'est la seconde limite de ce travail. De façon concrète, la démarche d'analyse a consisté à replacer les énoncés obtenus dans leurs contextes d'énonciation, de dégager leur articulation avec la réalité sociopolitique et économique congolaise, et de les mettre en perspective aussi bien avec d'autres discours qu'avec le cadre théorique préconisé, afin d'en apprécier la pertinence. Et l'articulation de ces énoncés avec la réalité sociopolitique congolaise nous a conduit à associer à notre démarche, une approche *socio-historique* du journalisme, consistant en la mise en évidence des différents régimes (aussi bien politiques que législatifs) dans lesquels fonctionnent les entreprises de presse congolaises. Cette perspective nous a conduit à revisiter le cadre sociopolitique d'émergence et d'évolution de la presse congolaise.

La tendance générale révélée par l'analyse de l'ensemble des données du terrain se résume dans l'existence d'un *procès de médiatisation exclusive* au sein de la presse congolaise. Le *procès de médiatisation exclusive* se comprend ici comme une logique de médiatisation consistant en la couverture quasi exclusive des faits et discours relevant d'un seul champ social dominant, et ce au détriment des autres champs sociaux. Le déploiement de ce processus tend tellement à enfermer l'activité journalistique dans une routine professionnelle que les entreprises de presse congolaises paraissent encore inaptées à toute forme d'innovation économique et professionnelle significative, devant répondre d'une éventuelle *stratégie de capitalisation* des NPCI. Aussi l'appropriation des TIC par les professionnels de la presse congolaise se cristallise-t-elle autour des pratiques journalistiques traditionnelles qui sont sous-tendues ici par l'interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de la presse. Car, si sous d'autres cieux, l'appropriation publique des TIC a déjà donné lieu à des innovations organisationnelles ayant contribué au développement des entreprises de presse écrite et à l'évolution des pratiques journalistiques, il n'en est pas ainsi dans la société

congolaise. En effet, l'usage des TIC s'inscrit ici dans deux principales logiques sociales de la communication qui ont traditionnellement cours dans la presse congolaise : la *communication révérencieuse* et la *communication irrévérencieuse*.

La première se caractérise par une dépendance accrue des organes de presse vis-à-vis du champ de l'action gouvernementale. Elle est mise en œuvre par la publicisation de l'information officielle, encore appelée *information institutionnelle*. La grande majorité des titres interrogés se reconnaissent dans cette logique communicationnelle, que les journalistes justifient à la fois par des « *injonctions politiques* » à l'égard de la presse et par la précarité financière des entreprises de presse. Essentiellement centrée sur la publicisation des activités gouvernementales et celles des partis politiques influents, notamment ceux de la majorité présidentielle, l'information produite dans cette logique est une *information laudative*, c'est-à-dire « *valorisante* » et « *promotionnelle* » (Ruellan, 2003). La critique et les opinions contradictoires sont en effet bannies. Les journaux s'inscrivant dans cette logique sont à fois réservés et prudents vis-à-vis des NPCI que nous avons pu observer au niveau de certains sites Web et blogs congolais, des pratiques qui renvoient bien à l'expression d'une forme de *critique sociale* locale. Ils disent ne pas vouloir s'en servir comme « *sources* » d'information, à cause de leur caractère contestataire/oppositionnel vis-à-vis de l'action gouvernementale.

La seconde logique, par contre, s'inscrit dans une dynamique d'actions communicationnelles protestataires vis-à-vis des institutions publiques/politique en place. Certains journaux se définissent même comme une presse d'opposition ; ils s'illustrent par la publicisation d'une *information licencieuse*, c'est-à-dire non officielle, à travers la mobilisation de l'enquête mais surtout de la *rumeur*, l'objectif étant de briser la rétention de l'information au niveau des institutions publiques et de diversifier ainsi les opinions dans la presse congolaise. Ce sont généralement des journaux qui se réfèrent au mouvement de démocratisation du pays intervenu dans les années 1990, avec la fin du monopartisme et la libération des opinions. Aussi sont-ils prêts à ratisser large sur le Web pour y recueillir des informations croustillantes, notamment en récupérant les différentes opinions d'internautes qui sont généralement porteuses d'une *critique sociale* locale. Ce qui les place dans un registre polémique vis-à-vis des « *sources officielles* » dont ils cherchent par ailleurs à briser le discours (De la Haye, 1985). D'où le constat d'un rapport de force, parfois très violent, entre ces journaux et les autorités gouvernementales qui les méprisent souvent, en leur refusant toute opportunité de financement, ou en les trainant devant les tribunaux.

Certains journaux, s'inscrivant dans cette dernière logique sociale de la communication, échappent des sanctions disciplinaires de la part de l'autorité de régulation, le *Conseil supérieur de la liberté de communication* (CSLC), qui décide de leur suspension temporaire. Les besoins de survie économique et professionnelle poussent alors la grande majorité de journaux à s'inscrire tactiquement dans la logique sociale de la *communication révérencieuse* qui paraît la plus dominante, abandonnant ainsi l'idéal de « *démocratie des masses* » auxquels ils prétendent pourtant se référer tous. Ce qui, dans la réalité, produit un modèle de développement monolithique de la presse, consistant en une prolifération de titres aux identités discursives plus ou moins indifférenciées, et servant au public (massifié) une *information monoculturelle* enserrée dans des schèmes de pensée du champ de l'action gouvernementale. Autant dire qu'en l'état actuel des pratiques journalistiques, c'est moins la *critique sociale* soutenue par l'usage des TIC que la *dépendance politique* qui oriente l'évolution de la presse congolaise.

Cette analyse confirme ainsi notre hypothèse centrale, qui postule que l'émergence des TIC et le développement des entreprises de presse écrite sont deux perspectives inconciliables dans le contexte sociétal congolais actuel. Le développement des entreprises de presse congolaise est donc à penser dans une approche d'innovation socioprofessionnelle consistant en une remise en cause significative du *procès de médiatisation exclusive* en cours dans la presse congolaise. C'est en effet le renforcement de la libéralisation de la relation « *presse-publics* » qui a rendu possibles certaines stratégies entrepreneuriales ayant conduit au développement des entreprises de presse écrite et à l'évolution des pratiques journalistiques que l'on peut observer dans la presse française, par exemple (Salles, 2010). Par ailleurs, le *procès de médiatisation exclusive* confirme les trois autres sous-hypothèses, que sont la monopolisation de la relation « *presse-publics* » par un champ social dominant, la possession par les acteurs de ce champ social dominant d'un capital financier intéressant les acteurs du champ médiatique et l'existence d'un ethnocentrisme dans le fonctionnement du champ politique congolais.

Ce travail comprend deux parties. La première décrit le contexte général dans lequel s'inscrit la problématique développée ici et approfondit le cadre théorique dans lequel nous avons orienté notre recherche. La seconde aborde le cadre sociopolitique d'émergence et d'évolution de la presse congolaise et analyse les tendances générales dégagées par l'interprétation des données du terrain.

## **Première partie**

**La recomposition des rapports de force « *presse-publics* »  
dans la problématique de l'appropriation publique des  
technologies de l'information et de la communication**

## Introduction

Le questionnement de notre recherche s'inscrit dans une posture critique vis-à-vis des discours ambiants sur la promotion des TIC. Cette posture met en lumière une filiation directe de ces discours au rapport entre « *société de l'information* » et développement. La majorité des acteurs sociaux établit en effet un rapport entre « *société de l'information* » et développement. Ce rapport est observable autant dans les discours officiels que dans les faits. Au niveau de la société congolaise, l'analyse de ces discours révèle l'existence de la variante locale d'une vision globale du développement liée à la dissémination planétaire de la notion de « *société de l'information* ». Cette vision globale du développement fut diffusée à travers de multiples conférences et sommets mondiaux. Le plus important de ces sommets est sans doute le *Sommet Mondial sur la Société de l'Information* (SMSI), dont l'un des objectifs majeurs fut la contribution des TIC à la résolution des problèmes de développement évoqués dans la *Déclaration du Millénaire* (Kiyindou, 2010). Toutes les initiatives internationales relatives à la diffusion de cette vision sont apparues comme des lieux de promotion et de validation de l'intégration des TIC dans le processus du développement des sociétés humaines : elles « *reconnaissent l'importance des technologies de l'information et de la communication dans le processus du développement* » (Kiyindou, 2009a). Le développement préconisé ici, et que les TIC sont censées faciliter, se conçoit comme l'« *amélioration des capacités de l'homme ou des conditions sociales, économiques, politiques, culturelles* » (Kiyindou, 2010 : 11). Et pour certains promoteurs de la « *société de l'information* », ce paradigme développemental se décline en termes de croissance économique, de modernisation des services publics, d'amélioration de la qualité de vie, etc., le tout fondé sur le déploiement des TIC dans ces différents secteurs de la vie sociale (Ngouem, 2007). Bref, il s'agit du changement, c'est-à-dire de la « *migration vers un nouveau style de vie moderne auquel nous pouvons accéder grâce à la diffusion des innovations* » technologiques (Kiyindou, 2009a).

Dans cette première partie, nous dégageons le contexte à la fois théorique et pratique ayant présidé à l'inscription de la problématique du développement de la presse congolaise dans cette approche développementaliste fondée sur l'usage des TIC dans toutes les activités de la vie sociale. La notion de développement est à comprendre ici dans son sens le plus général où elle concerne l'évolution de tous les secteurs de la vie sociale vers un nouveau mode de structuration et de fonctionnement (Kiyindou, 2009a). C'est dans cette optique que le secteur



de la presse, notamment les pratiques journalistiques, se trouve concerné par cette évolution censée être boostée par l'usage des TIC. Dans cette perspective, le développement de la presse est alors appréhendé sous l'effet induit de l'introduction des TIC dans les activités de production et de diffusion de l'information, faisant grossièrement abstraction aussi bien des logiques professionnelles inhérentes à chaque environnement social que de la résilience même par rapport à ces dispositifs techniques. Notre démarche consiste effectivement à prendre de recul vis-à-vis de cette vision. L'intérêt d'une telle démarche réside dans la mise en lumière de différents enjeux à la fois géopolitiques, économiques, culturels et sociétaux qui sous-tendent cette approche développementale, sous l'emprise de laquelle les entreprises de presse congolaises sont aujourd'hui invitées à évoluer. Le contexte général ayant généré cette approche développementaliste étant bien celui de la dynamique internationale de la promotion de la « *société de l'information* », le débroussaillage de cette dernière notion, posée par ailleurs comme la *norme* de tout développement à l'« *ère d'Internet* », nous permet de préciser notre positionnement théorique. En effet, notre posture critique n'est pas seulement un simple recul réflexif vis-à-vis de cette vision ; elle est aussi et surtout une inscription dans un cadre théorique précis de la pensée communicationnelle : celui de l'*économie politique de la communication*, plus précisément dans son développement sous l'angle des *industries culturelles* (Miège, 2003 ; 2005). Vue sous cette approche théorique, l'appropriation publique des TIC révèle, au niveau général, des tendances évolutives des pratiques professionnelles structurées autour d'une recomposition des rapports de force entre les entreprises de presse et leurs publics. Ce qui nous permet, dans la seconde partie de notre recherche, de voir comment ces tendances évolutives se traduisent concrètement dans la presse écrite congolaise, en tenant compte des réalités sociopolitiques locales et des logiques sociales de la communication que ces réalités induisent au niveau du fonctionnement des organes de presse.

Six chapitres structurent cette première partie. Le premier chapitre interroge la politique congolaise en matière de promotion des TIC, une politique qui se traduit par des discours et des actions précises de la part de différents acteurs sociaux. Les actions sont principalement menées dans le sens de la mise en place des infrastructures liées au déploiement des TIC dans les différents secteurs de la société, dont celui des médias où le développement ne semble être envisagé que sous l'aune de l'appropriation professionnelle de nouveaux dispositifs techniques d'information et de communication. Le deuxième chapitre aborde le paradigme informationnel de développement comme matrice idéologique de cette approche développementaliste générale fondée sur l'usage des TIC, une approche qui a connu une

profusion de discours apologétiques autour de la notion de « *société de l'information* » dont nous essayons, dans le troisième chapitre, de retracer brièvement les origines et les évolutions. Dans le quatrième chapitre, nous exposons notre positionnement critique vis-à-vis des discours de légitimation de cette notion de « *société de l'information* », que nous considérons à la fois comme une idéologie et un simple cadre théorique, une logique d'homogénéisation de la pensée et de l'action humaines, et un « *mythe de la modernité* ». Aussi préconisons-nous une déconstruction nécessaire de ce discours somme toute technocentriste, pour repenser l'usage des TIC à travers les logiques sociales de la communication. Cette dernière perspective nous amène à appréhender, dans le cinquième chapitre, la question du développement de la presse à travers la reconfiguration de la relation « *presse-publics* » à l'« *ère d'Internet* ». Cette reconfiguration s'observe à travers une évolution/changement des pratiques journalistiques. Et ce sont les tendances générales observées à ce dernier niveau que nous essayons d'évoquer dans le sixième chapitre, l'objectif étant de mettre ces tendances en perspective avec les pratiques journalistiques en cours dans la presse congolaise, que nous abordons plus spécifiquement dans la seconde partie de notre recherche.

## ***Chapitre 1 : La promotion des technologies de l'information et de la communication dans la société congolaise***

### **1.1. Les différentes stratégies mobilisées en la matière : discours et actions**

On peut historiquement situer l'existence d'Internet au Congo dans la fin des années 1990, avec l'entreprise Congo.Net, dont le lien était proposé par l'intermédiaire d'Intelsat et de l'opérateur sud-africain Telkom (BA, 2003). Dès lors, le « *réseau des réseaux* » a connu un développement progressif dans les grandes villes, notamment Brazzaville et Pointe-Noire, bien qu'il ne soit pas encore largement accessible au grand public – comme dans bon nombre de pays africains. Toutefois on assiste, ces dernières années, à l'émergence d'un discours et d'une action politiques centrés sur le développement des TIC. En 2002, le président Denis Sassou Nguesso préconisait déjà, à travers son projet de société *La nouvelle espérance*, l'amélioration de la couverture nationale dans le domaine des télécommunications (Miere-Pelage, 2008). Et son deuxième projet de société, *Le chemin d'avenir* (lancé en 2009), fait de l'usage des TIC un moyen de modernisation de l'éducation nationale et de l'administration publique. Ces discours politiques se traduisent aujourd'hui par la mise en œuvre d'un grand nombre d'initiatives orientées sur le développement des TIC dans la société congolaise. En effet, la République du Congo a mis en place un plan national de développement des TIC centré sur le développement des infrastructures, dont le projet de raccordement au câble à fibre optique, WACS (West Africa Cable System), pour relier le pays aux réseaux mondiaux à très hauts débits, et le lancement du projet de couverture nationale (PCN), destiné à doter le pays d'un Backbone à fibre optique. Le câble sous-marin à fibre optique a été posé à Pointe-Noire, en février 2011<sup>7</sup>, et il est opérationnel depuis mai 2012, notamment avec la réalisation de la station de Matombi, à 20 kilomètres de Pointe-Noire. Long de 14 000 kilomètres, ce câble, qui court de l'Europe à l'Afrique du Sud, constitue la première liaison directe de ce genre. Il acheminera les communications classiques et le très haut débit Internet, permettant ainsi aux États d'Afrique centrale en général, et au Congo en particulier, d'accéder aux

---

<sup>7</sup> Les travaux de la pose du câble à fibre optique ont été réalisés du 26 janvier au 05 février 2011, avec l'appui technique de la CEEAC (Communauté économique des États de l'Afrique centrale) qui y a apporté son expertise en matière de sécurité maritime, notamment dans la Zone Delta, opérationnelle depuis la signature, le 6 mai 2009, à Yaoundé, d'un accord technique liant le Cameroun, la Guinée Équatoriale, le Sao Tomé et Príncipe et le Gabon.

« *nouvelles* » technologies de l'information et de la communication, telles que le *triple-play*, c'est-à-dire l'intégration téléphone-télévision-Internet.

Le projet Central Africa Backbone (CAB) a été officiellement lancé le 13 décembre 2011, à Brazzaville. Ce projet, cofinancé par la République du Congo et la Banque mondiale, vise à accroître la disponibilité de la connexion Internet sur l'ensemble des départements du Congo, l'utilisation des services du réseau régional à haut-débit, ainsi que la réduction des coûts pour les Congolais. Le Congo était jusque-là l'un des rares pays africains de la côte atlantique à ne pas être connecté au *backbone* transatlantique SAT-3/WASC/SAFE, le câble sous-marin (long de 28 000 kilomètres) qui relie le Portugal à la Malaisie, en bordant l'Afrique par la côte ouest de l'océan Atlantique. La connexion à ce câble permet en effet d'accéder à l'Internet haut débit à moindres coûts (Kissangou, 2008). Il s'agit en fait d'un grand projet dont le WACS, le PCN et la « *cyber-stratégie* » (consistant dans la couverture numérique de l'ensemble des couches sociales du pays) constituent les trois articulations principales. D'autres initiatives sont également en projet ou en cours de réalisation, telles que la création d'un institut des TIC au Congo, les projets de développement des télé-services, télé-éducation et télé-médecine<sup>8</sup>. Parallèlement à ces projets de construction d'infrastructures matérielles, le gouvernement congolais met progressivement en place un cadre juridique et institutionnel. Cela se traduit notamment par la mise en œuvre de lois sur la réglementation du secteur postal et des communications électroniques, et sur le renforcement des capacités en vue de la promotion des TIC. Une agence de régulation, l'ARPCE (Agence de régulation des postes et des communications électroniques), a été également créée. Par ailleurs, un projet de loi, adopté le 9 décembre 2011 par le Sénat, autorise l'accord de prêt entre l'Agence internationale pour le développement et la République du Congo, pour le financement de la troisième phase du programme régional de télécommunications haut débit en Afrique centrale. La réalisation de ce programme devra permettre d'assurer l'interconnexion du Congo au réseau haut débit des autres pays de la sous-région, à savoir le Gabon, le Cameroun et la République Démocratique du Congo.

On assiste donc au déploiement d'une stratégie de promotion des TIC dans la société congolaise. Le gouvernement congolais affiche en effet une réelle volonté de mobiliser tous

---

<sup>8</sup> Cf. *Congo-Site Portail*, « Les Chefs d'Etat de l'UA plangent sur les technologies de l'information et de la communication » [en ligne] : [http://www.congo-site.com/Les-Chefs-d-Etat-de-l-UA-plangent-sur-les-technologies-de-l-information-et-de-la-communication\\_a5852.html](http://www.congo-site.com/Les-Chefs-d-Etat-de-l-UA-plangent-sur-les-technologies-de-l-information-et-de-la-communication_a5852.html) (consulté le 01/02/2010).

les investissements possibles (humains, financiers et techniques) pour intégrer les TIC dans le processus de développement du pays, comme en témoignent l'institution d'un symposium international du numérique au Congo et la signature des protocoles d'accord avec des firmes internationales opérant dans le domaine des TIC. Le ministère des postes, des télécommunications et des nouvelles technologies de la communication, en partenariat avec l'association PRATIC (Promotion, réflexion et analyse des technologies de l'information et de la communication), avait organisé la première édition du *Symposium international du numérique en République du Congo* (SINUC), du 23 au 27 mars 2010, à Brazzaville. À cette occasion, les discours prononcés par les différents acteurs révèlent un volontarisme politique consistant dans l'association des TIC au processus de développement général du pays. L'exemple le plus illustratif est celui du directeur général des nouvelles technologies, Alain Ndalla, qui affirmait : « *Le Congo doit en effet relever d'énormes défis pour intégrer de façon profitable et durable les TIC dans son processus de développement* »<sup>9</sup>. En outre, le gouvernement avait déjà signé avec *Microsoft*, en août 2008, un accord cadre sur les TIC, prévoyant l'appui technique de cette firme dans la mise en œuvre du projet *e-gouvernement*, qui vise la réalisation de la « *cyber-stratégie* » nationale en matière des TIC. Un autre protocole d'accord a été également signé avec la société *Ericsson*, pour développer les TIC au Congo, et ce au terme d'un atelier sur les TIC organisé du 23 au 24 juin 2011, à Brazzaville. Avec la signature de ce protocole d'accord, le gouvernement entendait profiter de l'expertise d'Ericsson pour relancer l'École des postes, des télécommunications et des TIC, afin de former les spécialistes en télécommunications fixe et mobile haut débit et autres experts en gestion des fréquences<sup>10</sup>. Il faut signaler que d'autres initiatives, impliquant acteurs du secteur privé, de la société civile et de l'administration publique, avaient déjà été menées à partir de l'année 2000. À titre d'exemple, on peut citer la *Semaine congolaise des technologies de l'information et de la communication* (SCTIC), organisée par l'association Espace créateurs, les 13 et 17 juin 2000 à Brazzaville, et qui, selon Miere-Pelage (2008), constituerait le déclic de la mobilisation des acteurs congolais dans la promotion des TIC.

L'objectif affiché ici est d'offrir à la société congolaise un environnement social, juridique et institutionnel favorable au développement des TIC. D'où la multiplication d'initiatives

---

<sup>9</sup> Cf. *Congo-Site*, « Le Congo s'engage à développer le secteur des nouvelles technologies » [en ligne] : [http://www.congo-site.com/Le-Congo-s-engage-a-developper-le-secteur-des-nouvelles-technologies\\_a6344.html](http://www.congo-site.com/Le-Congo-s-engage-a-developper-le-secteur-des-nouvelles-technologies_a6344.html) (25/03/2010).

<sup>10</sup> YABBAT-NGO Cyr Armel, « Le gouvernement choisit Ericsson pour développer les T.i.c au Congo », in *La Semaine Africaine*, n° 3105, du vendredi 1<sup>er</sup> juillet 2011, p.6.

nationales allant toutes dans le sens de la mise en œuvre des structures liées au déploiement local des TIC. Toutes ces initiatives, qui constituent les différentes articulations du plan d'action national de développement des TIC, se résument dans la construction d'infrastructures matérielles, l'assainissement de l'environnement juridique, le renforcement des capacités professionnelles, la coopération et le partenariat. Or, tous ces différents axes de développement des TIC sont également observables au niveau de la politique en la matière, préconisée par l'Union africaine (UA). C'est dire que la politique nationale du Congo en matière de développement des TIC s'intègre dans une orientation développementale supranationale soutenue par l'Union africaine.

## **1.2. L'articulation du plan national au contexte panafricain de développement des TIC**

Il existe en effet, au niveau de l'UA, une volonté politique de faire des TIC un axe prioritaire pour le développement du continent africain. L'exemple du 14<sup>ème</sup> Sommet de l'UA, tenu à Addis-Abeba (Ethiopie), du 31 janvier au 2 février 2010, sous le thème « *Technologies de l'information et de la communication (Tic) en Afrique : défis et perspectives de développement* », en est une des illustrations. Bien que l'essentiel des débats ait été dominé par des questions d'ordre politique, on pouvait tout de même noter que la volonté affichée par les chefs d'État africains présents à ce sommet était bien de penser à combler le retard qu'accuse l'Afrique dans le développement des TIC, celles-ci étant considérées comme l'un des facteurs clés pour une croissance économique solide et un développement durable. La volonté des chefs d'État était de relever les défis dans ce domaine en créant un environnement propice à l'éclosion des TIC, afin de pouvoir combler le fossé numérique existant entre les pays du « Nord » et ceux du « Sud ».

Déjà, en juillet 2005, une déclaration des ministres africains en charge des télécommunications et des TIC adoptait un rapport intitulé *Cadre de Partenariat pour le Développement des Infrastructures des TIC en Afrique*, comme document de référence pour la mise en œuvre des recommandations visant le développement rapide des TIC en Afrique. Ces recommandations s'articulent autour de quatre axes principaux, à savoir les infrastructures, l'environnement, le renforcement des capacités, la coopération et le partenariat. Au niveau des infrastructures, par exemple, le rapport préconise la préparation des schémas directeurs de

développement des infrastructures des TIC, la facilitation de l'introduction de la technologie numérique particulièrement dans le domaine de la radiodiffusion, le soutien à tous projets contribuant au développement des TIC et à l'intégration sous-régionale et régionale, tels que le *Système de câble sous-marin en Afrique de l'Est* (EASSy), l'*Initiative écoles en ligne* (NEPAD e-schools initiative), etc. En ce qui concerne l'environnement, le rapport prévoit, entre autres, la mise en œuvre d'une vision, d'une stratégie et d'un plan d'action pour tout le continent, d'une vision et des stratégies nationales respectives pour le développement des TIC et l'harmonisation éventuelle avec d'autres stratégies nationales de développement, notamment le *Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté* (DSRP), sans oublier l'élaboration d'un cadre politique et d'une stratégie nationale d'accès universel, ainsi que la prise des mesures de soutien à l'harmonisation du cadre politique de la régulation sur le plan sous-régional<sup>11</sup>. Et l'UA dispose déjà du *Plan d'action régional pour l'économie du savoir* (PARES) et d'un fonds pour le développement du secteur des TIC en Afrique. Il existe également, au niveau de cette institution, un cadre de référence pour l'harmonisation des télécommunications, des TIC et des politiques de réglementation et de développement des postes.

C'est donc dans ce cadre politique panafricain que s'intègre la politique nationale de développement des TIC au Congo. Dès lors, le plan congolais de développement des TIC n'est qu'une simple articulation, au niveau local, des axes principaux de développement des TIC définis par l'UA. En effet, les différentes initiatives menées sur le plan national se croisent aisément avec les axes définis au niveau de l'UA. Ainsi, la signature du protocole d'accord avec des firmes privées, telles que Microsoft et Ericsson, rejoint l'axe du partenariat – que l'on pourrait appeler ici le « *partenariat public-privé* » – ; le projet de câble sous-marin à fibre optique peut être relié à l'axe du soutien à tous projets contribuant au développement des TIC et à l'intégration sous-régionale et régionale ; la mise en place du cadre juridique et institutionnel se rattache à l'assainissement de l'environnement (cadre réglementaire). Il s'agit donc d'une simple variante nationale d'une vision beaucoup plus globale concernant l'ensemble du continent africain, conçue et promue par une organisation supranationale que représente l'UA. Par ailleurs, dans sa politique de promotion des TIC, l'UA a initié la célébration de la Semaine africaine des TIC (SATIC). Par cette initiative, l'UA entend inviter

---

<sup>11</sup> Cf. « Déclaration des ministres africains en charge des télécommunications et des TIC sur le développement des infrastructures », in *UIT* (Union Internationale des Télécommunications) [en ligne] : [http://www.itu.int/ITU-D/afr/projects/documents/Ministerial\\_declaration\\_Fr.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/afr/projects/documents/Ministerial_declaration_Fr.pdf) (consulté le 12/10/2011).

les gouvernements africains, le secteur privé et la société civile à travailler ensemble pour améliorer l'accès à l'infrastructure liée aux TIC, ainsi qu'à l'information et au savoir, l'objectif étant, entre autres, de renforcer les capacités, d'accroître la confiance et la sécurité dans l'utilisation des TIC<sup>12</sup>. À travers ces déclarations d'intention, ce sont les TIC que l'on voit associées aux différents défis que le continent africain est en devoir d'affronter, tels que le développement, la paix et la sécurité. C'est ainsi que la SATIC 2009 a eu pour thème, « *Les TIC en Afrique : Défis et perspectives pour le Développement* », et la SATIC 2010, « *Les TIC pour la Paix et la Sécurité en Afrique* ». Autant dire que la promotion des TIC en Afrique est associée à une approche centrée sur l'usage des outils technologiques comme une alternative incontournable pour tout développement sur le continent.

En conséquence, les experts en matière de développement n'envisagent plus le développement de la société congolaise que sous ce prisme technologiste de l'usage des TIC comme garant de toute compétitivité dans tous les secteurs de la vie nationale : « *Pour avoir un Congo émergent en 2025, la compétitivité sera un élément clé. De plus en plus l'utilisation des technologies de l'information et de la communication contribue à l'amélioration de cette compétitivité* »<sup>13</sup>. Et tous les secteurs d'activité y passent, de l'administration à la production industrielle, en passant par le commerce, le tourisme, les loisirs, les médias... Certains acteurs politiques vont jusqu'à risquer des analogies, en considérant les TIC comme le « *véritable pétrole du 21<sup>ème</sup> siècle* » qui va contribuer à l'accélération de la croissance de l'économie congolaise<sup>14</sup>, le pétrole étant actuellement la première richesse du pays et contribuant à plus de 70% au PIB (Produit intérieur brut).

---

<sup>12</sup> Cf. « Semaine africaine des technologies : Les Tic : une panacée ? », in *El Moudjahid* [en ligne] : <http://www.elmoudjahid.com/fr/actualites/6143> (consulté le 12/10/2011).

<sup>13</sup> Propos de la directrice des opérations de la Banque mondiale pour le Congo, Marie-Françoise Marie Nelly, au cours d'un atelier d'information et d'échange sur les infrastructures des télécommunications, organisé le 31 mars 2011, à Brazzaville, par la Banque mondiale et le Ministère des postes, des télécommunications et des nouvelles technologies de la communication. Cf. *Congo-Site Portail* [en ligne] : [http://www.congo-siteportail.info/La-structuration-du-projet-Central-Africa-Backbone-au-centre-d-un-atelier\\_a9078.html](http://www.congo-siteportail.info/La-structuration-du-projet-Central-Africa-Backbone-au-centre-d-un-atelier_a9078.html) (consulté le 3 avril 2011).

<sup>14</sup> Propos de Thierry MOUNGALLA, ministre congolais en charge des télécommunications, lors du lancement du projet CAB, à Brazzaville. Cf. *Congo-Site* : [http://www.congo-site.com/Internet-et-Telecommunications-le-Congo-lance-le-projet-Central-African-Backbone-CAB\\_a11303.html](http://www.congo-site.com/Internet-et-Telecommunications-le-Congo-lance-le-projet-Central-African-Backbone-CAB_a11303.html) - consulté le 16/12/2011).



### 1.3. Les TIC au cœur de la question du développement de la presse congolaise

Au niveau de la presse, cette approche développementaliste centrée sur l'usage des TIC dans les activités humaines se traduit par une approche technocentriste du développement des entreprises de presse. Des acteurs politiques n'hésitent pas à considérer les TIC comme une arme indispensable, pour ne pas dire le bâton magique devant booster le développement de ce secteur d'activité professionnelle. C'est dans ce sens que l'on peut comprendre ces propos d'un ministre congolais de l'information et de la communication, s'adressant à des journalistes au cours d'une session de formation sur l'usage des TIC : «*Vous avez aujourd'hui les armes nécessaires pour accomplir les missions qui sont les vôtres*»<sup>15</sup>. Tout se passe comme si c'était le dispositif technique en soi qui viendrait résoudre les difficultés auxquelles est confrontée la presse congolaise. Le dispositif technique dont il est question ici se réfère essentiellement aux différentes applications d'Internet, particulièrement les outils du Web 2.0 qui accompagnent les différents échanges sur la toile, notamment les sites Web, les blogs, les forums, les wikis et les réseaux sociaux en ligne. Ces propos représentent l'illustration de ces discours prophétiques qui accompagnent le Web 2.0, encore appelé le « *Web collaboratif* », ce dernier plaçant le bienfait d'Internet « *sur un modèle "participatif" où l'utilisateur, de simple consommateur, se mue en un véritable "générateur de contenus"* » (Bouquillion, Matthews, 2010 : 5-6). Et Philippe Bouquillion et Jacob T. Matthews (2010) rappellent que, au-delà de la figure de l'utilisateur-consommateur « *libre et créatif* » qu'ils prétendent construire, ces discours ne sont en réalité qu'une reproduction de diverses représentations qui prônent les mérites du capitalisme. La question de leur pertinence au niveau de la presse congolaise reste donc posée, d'autant plus que cette presse est loin d'inscrire son fonctionnement dans les standards internationaux du capitalisme tant financier qu'économique et politique, comme nous le verrons dans la seconde partie de notre recherche.

En fait, l'émergence de ce genre de discours dans la société congolaise renvoie à une posture née du constat de la fragilité des journaux africains en général, et ceux de l'Afrique francophone en particulier, ainsi que de la volonté d'y apporter des solutions. Le mouvement de démocratisation des pays africains observé dans les années 1990 s'est en effet accompagné

---

<sup>15</sup> Cf. « Les journalistes congolais formés sur les nouvelles technologies de la communication », in *Congo-Site* [en ligne] : [http://www.congo-siteportail.info/Les-journalistes-congolais-formes-sur-les-nouvelles-technologies-de-la-communication\\_a5379.html](http://www.congo-siteportail.info/Les-journalistes-congolais-formes-sur-les-nouvelles-technologies-de-la-communication_a5379.html) (consulté le 06/05/2010).

d'une floraison de journaux indépendants. Au Congo particulièrement, sous l'euphorie de l'ouverture démocratique, on est passé de deux journaux privés (*La Semaine Africaine* et *Le Chemin*) à une trentaine dans les années 1990. Mais ces journaux souffrent d'un manque d'assise économique et financière. Abordant la question de journaux d'Afrique francophone en général, le journaliste Thierry Perret parle d'une presse dont les journalistes manquent de ressources et qui, en se démultipliant, « *reproduit les mêmes schémas d'une presse d'opinion qui ne se conçoit pas comme une entreprise de nature commerciale* » (Perret, 2005 : 45). Quant au chercheur André-Jean Tudesq (1994), il évoque, dans sa publication *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse de l'Afrique Subsaharienne*, une floraison de nouveaux journaux, souvent éphémères, lancés par des promoteurs sans connaissance des règles les plus élémentaires de la gestion (absence de capitaux au départ, absence de fonds de roulement, difficulté à recouvrer les montants des ventes). Ce constat a été confirmé dans notre enquête, où un animateur de l'Observatoire congolais des médias (OCM) parle de journaux congolais en termes plutôt de simple forme de liberté d'expression que d'entreprises de presse comme telles : « *Mais, au départ, avant de lancer un journal, il faut des moyens ; c'est une entreprise comme les autres [...] Donc, il faut un fonds de départ. Ce qu'ils ne constituent pas [les journaux congolais], ils se lancent comme ça et, après, ils ne peuvent pas aller loin* »<sup>16</sup>. Certains journaux interrogés n'ont ni siège social, ni équipe d'employés ; l'équipe du journal se réduit parfois au promoteur tout seul, qui peut s'associer un ou deux collaborateurs et travaillant à son propre domicile – la saisie d'articles et le montage du journal se font parfois dans des cybercafés.

Fortes de ce constat sur la précarité des journaux africains de l'espace francophone, certaines organisations internationales avaient envisagé l'usage d'Internet comme une alternative au développement du secteur médiatique. Ce sujet a d'ailleurs déjà été abordé dans certaines recherches, dont le programme de recherche *Internet en Afrique subsaharienne : acteurs et usages*, réalisé dans le cadre du contrat quadriennal de recherche de la Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine (1999-2002) – Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3 – et co-dirigé par Noble Akam et Annie Lenoble-Bart. Ce programme de recherche avait donné lieu à une publication dans laquelle Jean-Jacques Cheval, Annie Lenoble-Bart, Cyriaque Paré et André-Jean Tudesq (2001) attestent que l'Institut Panos et l'Agence panafricaine d'information (PANA) avaient organisé, en 1997, un séminaire sur l'appropriation d'Internet par les médias

---

<sup>16</sup> Entretien réalisé le 21/07/2011, à Brazzaville. Voir Annexes III.

francophones. Pour ces chercheurs, le séminaire – qui avait regroupé une cinquantaine de participants venus de 19 pays d'Afrique de l'Ouest, d'Afrique centrale et d'Afrique australe, mais aussi des États-Unis, de France, de Grande Bretagne et des Pays Bas – est considéré comme la première rencontre d'envergure sur la problématique de l'appropriation d'Internet par les médias africains francophones. On était en effet parti de l'hypothèse principale que les TIC, plus particulièrement Internet, pouvaient contribuer à surmonter les différents obstacles qui entravent le développement des médias en tant qu'entreprises et hypothèquent leur rôle dans la démocratisation de l'information (Cheval, Lenoble-Bart, Paré, Tudesq, 2001). On peut donc dire que c'est de cette problématique générale que serait née cette approche développementaliste de la presse congolaise fondée sur l'usage des TIC.

En tout état de cause, à l'heure de la « *société en réseaux* » – un terme sur lequel nous reviendrons un peu plus loin –, c'est le déploiement des TIC, particulièrement d'Internet, en tant que mode de production, de diffusion et de réception de l'information, qui est pris comme facteur de tout développement. La maîtrise des TIC est alors envisagée comme une « *appropriation des moyens de production par les producteurs* », la production consistant essentiellement, avec Internet, dans le traitement de l'information, la création et la diffusion des messages, l'acquisition et la transmission des connaissances, la coordination en temps réel (Ngouem, 2007). On est ici en présence de ce que Alain Rallet (2009) appelle « *l'économie de l'Internet* », c'est-à-dire la généralisation de la numérisation dans l'ensemble des activités économiques coordonnées par Internet, en faisant de l'information « *une valeur en soi en ce sens qu'elle permet de coordonner l'ensemble des opérations de recherche/développement, de conception, de transformation, de marketing, de livraison et de paiement* » (Lafrance, 2009 : 17). Cette position est fondée sur le postulat de l'information comme « *base matérielle* » de toute organisation sociale/sociétale à l'heure actuelle. L'accès à l'information est alors envisagé comme le gage de tout progrès social ou de développement. D'où l'urgence de la mise en place partout d'infrastructures technologiques devant permettre autant la production et la diffusion de l'information que sa réception par tous les publics. Dès lors, l'Afrique, marquée par un déficit à la fois financier et technologique, devient l'objet d'une « *sollicitude numérique* » de la part des organisations tant privées que publiques des pays du « *Nord* » qui lui manifestent leur volonté de remédier à son « *indigence numérique* » (Missè, 2003). Mais cette approche développementaliste trouve sa justification dans un cadre général qui a présidé à son émergence. Ce cadre est celui du paradigme informationnel du développement.

## **Chapitre 2 : Le paradigme informationnel de développement**

### **2.1. L'information comme base de tout développement**

L'approche faisant des TIC le facteur déterminant de tout développement n'est pas du tout nouvelle. Elle est fondée, comme nous venons de le préciser, sur le postulat de l'information comme base de développement. Pour paraphraser Bernard Miège (2003), on peut dire que l'information est en effet un *paradigme* qui traverse toutes les activités sociales et auquel les sociétés « *modernes* » ont pu faire recours pour se construire. Dans la société congolaise, l'appropriation des TIC par les professionnels de la presse est encouragée par le fait que les journalistes sont considérés comme des « *acteurs décisifs du développement* »<sup>17</sup>. L'appropriation (un terme sur lequel nous reviendrons tout au long de cette recherche) s'entend ici dans le sens de l'adoption sociale des TIC ; elle renvoie aux multiples processus à travers lesquels les acteurs sociaux adoptent et adaptent les outils technologiques dans leurs pratiques sociales quotidiennes (Missè, 2003). Or, nous avons relevé que les TIC sont mobilisées dans le cadre du développement global de la société. Ainsi, la formation des professionnels de la presse à la maîtrise de ces « *nouvelles* » technologies s'inscrit dans une logique de contribution du secteur de la presse à ce développement global, puisque les professionnels de la presse sont censés être des « *acteurs décisifs du développement* ». Cette formation est donc l'une des mises en œuvre de différents axes de développement des TIC préconisés dans la stratégie nationale, notamment l'axe de la « *cyber-stratégie* » nationale consistant dans le déploiement des TIC dans toutes les couches sociales du pays.

Mais la « *couche sociale* » des professionnels de la presse est d'autant plus intéressée qu'elle constitue un secteur clé dans ce développement paradigmatique dont l'information constitue le postulat de base. À ce titre, l'appropriation professionnelle des TIC dans le secteur de la presse participe de cette vision globale du développement fondé sur l'usage des dispositifs techniques dans la résolution des problèmes sociaux, économiques, politiques, culturels, etc. D'ailleurs, le plan panafricain de développement des TIC, dans lequel s'intègre toute la politique congolaise de promotion des TIC, n'est qu'une composante (importante) du

---

<sup>17</sup> Propos du coordonnateur résident du système des Nations-Unies au Congo, Lamine Manneh, lors de l'inauguration du Centre multimédia du CNRTV (Centre national de la radio et de la télévision), le 17 novembre 2010, à Brazzaville. Cf. *Congo-Site* [en ligne] : [http://www.congo-site.com/Inauguration-du-centre-multimedia-du-CNRTV\\_a8438.html](http://www.congo-site.com/Inauguration-du-centre-multimedia-du-CNRTV_a8438.html) (consulté le 12/10/2011)

programme du NEPAD (Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique)<sup>18</sup> dont l'objectif est de combler le retard développemental qui sépare l'Afrique des pays dits « *développés* ». En effet, les TIC se présentant comme indispensables à toute forme de développement local dans la perspective du développement des territoires (Bouquillion, Paillart, 2003), certains experts du développement n'hésitent pas à soutenir que « *les TIC et l'Internet sauveront l'Afrique et la pousseront sur le chemin du développement* » (Cornu, 2004 : 168). L'inscription des TIC dans le développement de la presse écrite – et de l'ensemble des médias – n'est alors envisagée que sous l'angle de la contribution des médias dans le développement global de la société congolaise. Les TIC étant perçues « *comme le nouveau levier de développement pour les pays en développement* » (Dahmani, 2004 : 14), leur déploiement dans la presse est censé booster le développement de ce champ professionnel qui, en tant que producteur et/ou diffuseur de l'information, est lui-même supposé contribuer efficacement au développement général de la société.

La perspective de la contribution de l'information médiatique au développement sociétal a été au cœur des débats dans la phrase préparatoire du *Rapport Voix multiples, un seul monde (Communication et société aujourd'hui et demain)*, plus connu sous le vocable du *NOMIC* (Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication). Issu d'une commission réunie au sein de l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour la science, l'éducation et la culture) sous la présidence de Sean McBride, le *NOMIC* posait déjà, en 1980, l'*information conventionnelle*, c'est-à-dire celle de la presse, de la radio et de la télévision, comme base de développement (Ngouem, 2007). En tant qu'instances de production et de diffusion de cette *information conventionnelle*, les médias seraient ainsi considérés comme un facteur de développement, particulièrement pour ce que l'on appelait à l'époque les États du « *Tiers-monde* » ou pays dits « *en voie de développement* ». Mais cette perspective n'avait pas fait l'unanimité au sein de la commission McBride, tout comme au niveau de l'UNESCO même, cette dernière étant considérée comme « *un espace institutionnel accueillant représentants des états [sic] mais aussi intellectuels, pour abaisser la température politique des affaires du monde en créant les conditions intellectuelles de la paix dans le monde* » (Cabedoche, 2011). Ainsi, débattant de la contribution des médias « *au renforcement de la paix et de la compréhension internationale, à la promotion des droits de l'homme et à la lutte contre le*

---

<sup>18</sup> Cela a été mentionné dans le compte rendu de la réunion des principaux partenaires du *Projet d'assistance préliminaire UIT-NEPAD*, tenue le 31 janvier 2005, à Accra (Ghana), en marge de la seconde Réunion préparatoire africaine pour le Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI).

*racisme, l'apartheid et l'incitation à la guerre* », des membres du bloc de l'Ouest avaient-ils symboliquement quitté la Conférence de Nairobi, en 1976 (Cabedoche, 2011).

Sans pourtant se focaliser sur la divergence d'approches au sein de la commission McBride, la position relative à la contribution des médias dans le développement des pays du « *Tiers-monde* » se serait appuyée sur le constat d'un déséquilibre dans la circulation du flux informationnel entre le « *Nord* » et le « *Sud* » (Bourges, 1978). Pour certains tenants de cette position, ce déséquilibre serait dû, entre autres, à l'état de « *sous-développement* » des pays du « *Sud* » ne disposant pas de moyens technologiques et de potentiel humain conséquents dans la production et la diffusion de l'information, à l'entrave à la liberté d'expression et d'opinion à travers le contrôle gouvernemental sur les médias, aux violences faites aux journalistes, à la censure dans certains pays, et au fait que certains groupes plus nantis useraient de la communication comme d'un instrument pour assujettir les plus démunis<sup>19</sup>. Car, « *de par la puissance même des moyens techniques dont ils disposent* », les pays dits « *développés* » exerceraient « *une influence sur les pays en voie de développement qui n'est pas seulement d'ordre économique ou technologique, mais aussi psychologique et social* » (Bourges, 1978 : 11). Ainsi, pour Kaarle Nordenstreng (2010), bien qu'il soit devenu un *classique* dans les études internationales sur les médias, le *Rapport MacBride* aurait reflété moins un travail scientifique sur l'état de la communication dans le monde qu'une expression politique des rapports de forces socio-économiques en présence en ce temps-là. À l'époque, le monde recevrait « *80% de ses nouvelles via le triangle Londres, New York et Paris* », amplifiant ainsi le phénomène de l'inégalité du flux informationnel puisque « *seulement 10% à 30% de ces nouvelles* » auraient été consacrées au « *Tiers monde* » (Masmoudi, 1986 : 19). Dès lors, la référence d'un *NOMIC* paraissait s'imposer, « *tant qu'il s'agissait du constat des déséquilibres mondiaux de l'information médiatique en termes de couverture et d'accès* », quand bien même « *l'analyse des causes séparait les promoteurs* » (Cabedoche, 2011). C'est dire tous les enjeux politiques, géopolitiques, économiques, culturels... dont est porteuse l'information qui, du reste, serait perçue comme « *un pouvoir technologique aussi bien que politique* » (Bourges, 1978 : 10). D'où l'importance accordée au développement des médias, qui sont considérés par certains acteurs comme la « *fourth branch of government* » (quatrième

---

<sup>19</sup> Cf. MIEGE Bernard, « Retour sur le Nomic », communication donnée au cours de la deuxième séance des Visioconférences GPB 2009, Université Stendhal Grenoble 3 - Institut de la Communication et des Médias, Echirolles, 21 janvier 2009.

pouvoir)<sup>20</sup>, l'information étant « *devenue une marchandise et un enjeu de pouvoir* » (Wolton, 2003 : 10) sur le plan tant local qu'international.

## **2.1.1. La presse au service du développement**

### ***2.1.1.1. Un moyen de vulgarisation des politiques gouvernementales***

Les journalistes étant considérés comme des « *acteurs décisifs du développement* », on assiste, au niveau de la presse congolaise, à une flopée de journées de formation continue pour les journalistes. Organisées souvent par l'État et/ou par les organisations du système des Nations Unies, ces journées de formation ont pour objectif d'aider les professionnels de la presse à acquérir des compétences spécifiques devant leur permettre de promouvoir les différentes politiques de développement préconisées par l'État, seul ou en partenariat avec d'autres institutions internationales. Cette formation est centrée sur des thèmes liés à ces politiques publiques de développement, telles que les questions de démographie, la promotion de la stratégie nationale *HIMO* (Stratégie nationale des investissements à haute intensité de main d'œuvre), la gestion axée sur les résultats, la promotion du développement rural, la vulgarisation de la *Journée nationale de l'arbre*, la problématique du genre dans les changements climatiques, etc. Ce sont là autant de thématiques qui renvoient aux différentes politiques publiques de développement mises en œuvre par le gouvernement congolais et que les médias en général, et la presse écrite en particulier, sont appelés à promouvoir auprès des publics-citoyens, afin de susciter leur adhésion et contribuer ainsi à la transformation des mentalités.

Cette approche peut trouver sa justification dans l'histoire politique du pays, notamment avec le régime du parti unique qui, dans les années 1980, avait préconisé un *Nouvel ordre national de l'information*. S'inscrivant dans la logique de la refondation idéologique du parti-État (le PCT – Parti congolais du travail), le *Nouvel ordre national de l'information* concevait en effet les médias – qui étaient tous ou presque aux mains de l'État – comme des supports essentiels dans l'entreprise de « *transformation progressive des mentalités et de la correction des*

---

<sup>20</sup> Cf. NORDENSTRENG Kaarle, « *Media and Society* » [en ligne]: [http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/opiskelu/kurssimateriaalit/TIEIB7E1\\_Media\\_Economy\\_and\\_Policy09/Media\\_and\\_Society.pdf](http://www.uta.fi/laitokset/tiedotus/opiskelu/kurssimateriaalit/TIEIB7E1_Media_Economy_and_Policy09/Media_and_Society.pdf) (consulté le 18/06/2012).

*pratiques* », et ce « *dans une perspective unificatrice sous-tendue par la vision du monde résultant de l'option fondamentale du Parti : le socialisme scientifique* » (Kouvibidila, 2008 : 271). Dès lors, l'information médiatique consistait essentiellement dans la publication des directives et des mots d'ordre par lesquels le parti-État informait et mobilisait les « *masses* » (Kouvibidila, 2008). Car, pour l'édification d'une société marxiste-léniniste au Congo – le marxisme-léninisme étant l'idéologie politique du parti-État d'alors –, il était nécessaire que les médias véhiculent des valeurs liées à cette idéologie puisque, dans le cadre d'une croyance au pouvoir des médias (De la Brosse, 1999), le message passerait « *comme une lettre à la poste quand le système d'éducation et les médias sont contrôlés dans leur totalité et que les érudits sont des conformistes* » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 38). Dans ce contexte, la presse était avant tout conçue comme un « *instrument d'édification, d'éducation et de propagande* » dont l'objectif était moins de communiquer avec les publics que de les diriger en leur inculquant l'opinion du parti-État (Gakosso, 1997 : 23). C'est dans cette optique que la « *nationalisation de tout le système éducatif s'est alors accompagnée d'une "étatisation" de la presse* » (Minkala-Ntadi, 2012 : 114), dans le but de former des citoyens conformistes et façonnés à l'aune de l'idéologie marxiste-léniniste.

La vulgarisation des politiques publiques par les médias constitue donc l'une des logiques fondamentales qui sous-tendent les pratiques journalistiques dans la presse congolaise, notamment dans les procès de collecte et de traitement de l'information, où l'on observe la prédominance d'une information dite « *institutionnelle* » et généralement traitée dans un registre révérenciel vis-à-vis des institutions publiques, comme nous l'analysons dans la seconde partie de notre recherche. Cette logique de fonctionnement médiatique peut alors être considérée comme l'un des avatars du *Nouvel ordre national de l'information* (NONI), qui aura marqué toute une génération de journalistes ayant évolué sous le régime du monopartisme. Car, au cours de cette longue parenthèse (que constitue la période du régime de parti unique) de l'histoire du Congo, « *le pouvoir politique a établi une architecture rigide de l'information, qui s'est durablement enracinée dans les représentations politiques et avec laquelle le pays aura de sérieuses difficultés à se départir, même lorsque sera proclamée l'ouverture démocratique de la nation* » (Bemba, 2011 : 8). Et c'est, entre autres, autour de cette logique que va se cristalliser l'appropriation professionnelle des TIC dans certains organes de presse congolais. Mais cette vision, qui fait de la presse une auxiliaire de l'État dans les actions de développement de la société, renvoie surtout à la problématique de la *communication pour le développement*.



### **2.1.1.2. La communication pour le développement**

*La communication pour le développement* est, selon Missè Missè (2009), un champ d'investigation qui existe depuis plus de 60 ans. Elle se présente comme « *une composante d'une politique nationale de communication publique* » dont l'objectif serait, « *in fine, d'organiser la conduite, les attitudes, les comportements et les pratiques des populations en vue de l'adoption des normes souhaitées par les programmes et projets de "développement", généralement en rupture avec les compétences de vie locales, tout en assurant le marketing des organisations émettrices* » (Missè, 2009). La communication apparaît ici comme un dispositif de persuasion et/ou de séduction dont l'État et tous les autres promoteurs de projets de développement se serviraient pour susciter l'adhésion des citoyens-bénéficiaires : il s'agirait de « *former* » la conscience des citoyens-bénéficiaires pour qu'ils acceptent la nouveauté dont seraient porteurs les projets proposés. C'est d'ailleurs à partir d'une lecture radicalement critique de ce paradigme qu'Herbert I. Schiller (1976) avait fondé le concept d'*impérialisme culturel*, sur lequel nous reviendrons plus loin. Dans cette action de formatage des consciences, le partage d'information s'avère donc crucial, car, selon certaines approches théoriques relevant de ce champ d'investigation, la défaillance observée dans l'appropriation locale des projets de développement serait liée à une carence dans le partage d'information (Schramm, 1964). D'où le « *postulat de transfert* », qui est une démarche institutionnelle appréhendant le développement des pays dits « *sous-développés* » par la diffusion des innovations technologiques (conçues et réalisées dans les pays dits « *développés* ») aux citoyens-bénéficiaires de projets de développement et de contenus (Lerner, 1958).

Dans ce « *postulat de transfert* », les médias de masse sont placés au cœur « *du procès de transformation sociale, par leurs effets multiplicateurs et amplificateurs de l'information, qui accélèrent la réalisation de tout programme de "développement" économique, social et culturel* » (Missè, 2009) ; ils sont associés au processus de développement général d'une société, d'autant plus qu'ils sont considérés comme des vecteurs de l'information. Pour Alain Kiyindou, « *l'expression "communication pour le développement" a été utilisée pour la première fois par Nora Québral pour désigner l'emploi des moyens de communication dans le but d'améliorer les conditions de vie et de travail des populations* » (Kiyindou, 2008 : 9). Dès lors, la communication dans les pays dits « *sous-développés* » met en avant « *le rôle éducatif des médias* », les experts en matière de développement s'appuyant sur « *l'idée selon laquelle il suffirait de diffuser les connaissances et les technologies pour qu'elles soient*

*adoptées et entraînent, par conséquent, le développement, suivant le paradigme de la "modernisation", sœur du "diffusionnisme" » (Kiyindou, 2010 : 35). C'est dans cette optique que l'analyse de Daniel Lerner, à la fin des années 1950, attribuait aux médias transnationaux cette fonctionnalité de vecteurs privilégiés du changement social, en ce sens qu'ils contribuaient à la libération de la « mobilité psychologique » (Lerner, 1958). Pourtant l'adoption ou, mieux encore, l'appropriation publique aussi bien de l'information que des innovations technologiques, ne va pas de soi, comme le démontrent les travaux de Patrice Flichy (2001 ; 2003) et de Jacques Perriault (2008), l'homme détenant « fondamentalement une part de liberté dans le choix qu'il fait d'un outil pour s'en servir conformément ou non à son mode d'emploi » (Perriault, 2008 : 1).*

Cette appropriation publique de l'information ou des innovations technologiques est en effet fonction de plusieurs paramètres socioculturels, voire psychosociologiques, dans la mesure où le développement n'est pas tant une accumulation des flux d'informations qu'un renforcement des capacités de chaque entité sociale à pouvoir répondre à ses propres besoins en informations (Kiyindou, 2009c). Ainsi, l'information appropriable, c'est-à-dire utile parce qu'elle modifie le savoir implicite ou explicite de celui qui la reçoit (Meyriat, 1985), c'est celle qui est adaptée aux besoins des populations concernées (Kiyindou, 2010), en renforçant leur savoir et leur savoir-faire, en vue d'une certaine maîtrise de leur propre environnement physique, culturel, socioéconomique, politique, etc. (Kiyindou, 2009c). D'où la nécessité de s'interroger également sur les processus d'appropriation, c'est-à-dire les conditions d'utilisation de l'information et des technologies qui la véhiculent, en prenant en compte le contexte général dans lequel évoluent les usagers (Kiyindou, 2008). Notre recherche s'inscrit dans cette dernière perspective, puisqu'il est question de mettre en lumière les différentes logiques sociales de la communication qui accompagnent l'appropriation professionnelle des TIC dans les entreprises de presse congolaises en vue de leur propre développement interne, mais non pas dans leur contribution au développement général de la société congolaise, en dégageant les cadres sociopolitique, culturel et économique dans lesquels elles évoluent.

### ***2.1.1.3. Du prophétisme médiatique***

La posture consistant à faire de la presse un instrument au service de la transformation des mentalités peut aussi s'apparenter à la pensée de Marshall McLuhan, pour qui les médias

révolutionneraient le monde : « *Toute la pensée de McLuhan repose sur cette conviction profonde : les médias, qui définissent l'environnement de l'homme et de la société, bouleversent tous les aspects de la vie* » (Tremblay, 2007 : 110). En effet, pour McLuhan, chaque média constitue un facteur ou un processus de remodelage et de restructuration des interactions sociales et de tous les aspects de la vie personnelle. Ce qui signifie que l'apparition d'un nouveau média modifie le rapport au monde de chaque individu, qui est ainsi appelé à reconsidérer sa pensée et son action : « *Il [le média] nous force à reconsidérer et réévaluer pratiquement chaque pensée et chaque action, chaque institution antérieurement prise pour acquise. Tout change – vous, votre famille, votre voisin, votre éducation, votre emploi, votre gouvernement, votre relation "aux autres". Et ils changent radicalement* » (McLuhan, in Tremblay, 2007 : 110) ; c'est le « *médium* » qui détermine les modes d'action et de pensée, et donc le développement. Précisons que pour McLuhan, le *média* se réfère à la technique, c'est-à-dire à la manière de faire, au savoir-faire matérialisé et produit par une culture donnée. Comme tel, le *média* est une création sociale qui joue un rôle majeur dans la société qui l'a produit. C'est ainsi que McLuhan rattache l'évolution de l'histoire humaine aux différentes inventions technologiques, faisant des médias le facteur explicatif principal, déterminant de l'histoire humaine, qu'il divise d'ailleurs en trois grandes périodes selon le média qui y domine : la civilisation de l'oralité, la civilisation de l'imprimerie (la galaxie Gutenberg) et la civilisation de l'électricité (la galaxie Marconi) (Tremblay, 2007). Ce qui fait du média (donc de la technique) le principal facteur de l'évolution sociale. C'est dans ce sens que la presse, en tant que *média*, c'est-à-dire une technique de communication symbolique (échange de messages ou informations) qui « *a pour objectif de faciliter la communication à partir d'une même source vers de nombreux destinataires* » (Gabszewicz, Sonnac, 2010 : 9), serait envisagée comme facteur important d'évolution sociale ou de changement des mentalités.

Mais il faut aussi noter que la pensée de McLuhan s'inscrit dans une longue tradition technologiste, que Armand Mattelart fait d'ailleurs remonter au début du 19<sup>ème</sup> siècle, voire fin du 18<sup>ème</sup> siècle – tout au moins dans le cas français –, où « *la communication avait été promue garante d'une démocratie renouvée en même temps que remède contre la crise économique* » (Mattelart, 1995). Dans le cas français, cette vision émerge notamment à « *l'occasion de l'installation, en 1793, du télégraphe optique reliant Lille à Paris* », où « *les spéculations se déchaînèrent sur les possibles usages civils de l'invention des frères Chappe, des penseurs révolutionnaires estimant qu'il suffirait de multiplier les lignes et de*

*libérer leur langage codé pour permettre à "tous les citoyens de la France de se communiquer leurs informations et leurs volontés" »* (Mattelart, 1995). Or, expliquer l'évolution sociale par le simple fait de la technique, c'est évacuer du coup les interactions sociales qui peuvent se nouer en dehors et/ou avec les outils techniques. On est là en plein dans le prophétisme médiatique (Bourdon, 1997) et dans le déterminisme technique, dont nous développerons l'idée fondamentale un peu plus loin.

C'est dans ce cadre faisant du média un facteur d'évolution sociale que le Fonds des Nations Unies pour la population (UNFPA) – qui est une agence de développement international œuvrant en faveur du droit à la santé et de l'égalité des chances de chacun, femme, homme et enfant – a mis en place une stratégie de développement appelée *Média pour Développement*. Dans la pratique, cette stratégie se traduit par le soutien financier et la promotion des productions audiovisuelles portant sur les thèmes de société et dont l'objectif est de sensibiliser le plus grand nombre de publics possible sur ces thèmes. Ainsi, l'UNFPA Congo a produit et assuré la promotion de la saison II de la série télévisée humoristique *Les Boulistes*, qui promeut l'égalité hommes-femmes et dénonce avec humour et dérision les comportements sexistes. Coréalisée par la jeune cinéaste congolaise Nadège Batou, cette série avait été diffusée quotidiennement sur *Télé Congo* à 20h30, avant d'être présentée à l'ensemble du monde francophone sur *TV5* et mise en compétition officielle à la 28<sup>ème</sup> édition du *Festival Vues d'Afrique*, qui s'est tenue du 27 avril au 6 mai 2012, à Montréal (Canada). Un autre documentaire, *Mouato*, réalisé par Alain Nkodia, a bénéficié du même soutien financier et du même appui promotionnel. Ce dernier raconte la vie des femmes autochtones congolaises, leurs difficultés quotidiennes, les discriminations auxquelles elles sont confrontées et leur isolement<sup>21</sup>. Comme on peut le constater, ces deux initiatives cinématographiques s'inscrivent bien dans des problématiques développementales en cours dans la société congolaise – et dans bien d'autres pays à travers le monde –, notamment celles de la question du genre et de la défense des droits des populations autochtones. Leur objectif est d'aider à la transformation des comportements dans les rapports de forces entre l'homme et la femme (Cabedoche, 2012a), d'une part, et entre les peuples autochtones et les autres populations, d'autre part.

---

<sup>21</sup> Cf. « L'UNFPA défend les femmes congolaises aux festivals du film de Liège et de Montréal », in *UNFPA* [en ligne] : [http://countryoffice.unfpa.org/republicofcongo/2012/03/12/4696/l\\_rsquo\\_unfpa\\_defend\\_les\\_femmes\\_congolaises\\_aux\\_festivals\\_du\\_film\\_de\\_liege\\_et\\_de\\_montreal/](http://countryoffice.unfpa.org/republicofcongo/2012/03/12/4696/l_rsquo_unfpa_defend_les_femmes_congolaises_aux_festivals_du_film_de_liege_et_de_montreal/) (consulté le 17/03/2012).

Au sujet du changement des comportements dans les rapports entre les peuples autochtones et les autres populations, une radio communautaire dénommée *Biso na Biso* (entre nous, en *lignala* – une des langues nationales) a d'ailleurs été lancée en 2008, par l'anthropologue Jérôme Lewis et le Forest Trust. Installée à Pokola, à 800 kilomètres au nord de Brazzaville, cette radio est engagée à promouvoir et à faciliter la compréhension entre la majorité de la population composée de *Bantous* et la minorité autochtone constituée par des *Pygmées* ; elle vise à améliorer les rapports entre *Bantous* et *Pygmées* qui vivent dans cette partie septentrionale du pays<sup>22</sup>. En tant que *médias*, le cinéma (dans son genre « *documentaire* ») et la radio sont ainsi mis à contribution dans l'évolution des mentalités parce que véhiculant des messages (informations) qui appellent à cette évolution. Ils sont alors envisagés comme des dispositifs techniques de conditionnement des comportements humains afin que ceux-ci répondent aux orientations idéologiques mises en œuvre par les décideurs politiques.

Ce fut également le cas avec l'expérience de la *radio rurale*, lancée dans les années 1970, où la radio, en tant que média de masse, fut considérée comme actrice du développement du monde rural et, partant, de tout le pays. Ayant constaté la faillite des secteurs industriels et commerciaux dans l'économie congolaise, les autorités politiques de l'époque avaient en effet déclaré l'agriculture comme « "*priorité des priorités*" afin d'en faire un levier essentiel de l'économie congolaise susceptible d'assurer au pays un développement durable » (Bemba, 2008 : 241). Pour booster ce dernier secteur qui, comme on le sait bien, est essentiellement aux mains des paysans vivant dans des zones rurales généralement très enclavées et utilisant des méthodes de travail rudimentaires, le gouvernement n'avait pas trouvé mieux que de s'inspirer de l'expérience des radios rurales déjà réalisée dans certains pays africains, tels que le Niger, le Bénin, la Tanzanie, etc. C'est ainsi que fut mis en œuvre le projet de *radio rurale* dans certaines régions du pays. Cette radio avait pour objectifs, entre autres, de faire connaître aux populations paysannes une série d'informations circonstanciées dans le cadre de leurs activités quotidiennes afin de leur permettre de mieux comprendre certaines décisions officielles ou d'être avisées des calamités naturelles (sécheresse, maladies diverses, etc.), d'œuvrer pour la transformation des mentalités rétrogrades de l'homme rural, de sensibiliser les paysans aux nouvelles techniques agricoles et les pousser à accroître la productivité (Bemba, 2008). Là encore, on voit intervenir des organisations internationales pour soutenir le

---

<sup>22</sup> Cf. « AFRIQUE/CONGO - Biso na Biso: la voix de la forêt promeut les rapports entre Bantous et Pygmées », in *Agenzia Fides* [en ligne] : <http://www.fides.org/aree/news/newsdet.php?idnews=33269&lan=fra> (consulté le 21/06/2012).

projet : l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) appuya financièrement le projet, de 1977 à 1978, et la fondation allemande *Friedrich Naumann* prit le relai à partir de novembre 1978 jusqu'en 1988.

Les émissions réalisées et diffusées par la *radio rurale* avaient pour but d'« *inculquer dans l'esprit du paysan la nécessité de produire plus* », en les informant sur les « *nouvelles méthodes d'exploitation moderne de la terre, d'utilisation des engrais et sur les techniques de commercialisation des produits agricoles* » (Bemba, 2008 : 246). L'idée de fond reste la même : utiliser le média (la radio) pour diffuser l'information officielle (celle des décideurs nationaux et internationaux) afin d'amener les populations-cibles à adhérer à l'orientation de la politique (agricole) décidée par les gouvernants. L'information est alors considérée comme un levier de développement du monde rural. Et, d'après Léon Bemba, des changements de mentalités auraient été observés, « *des tabous démystifiés, de nouvelles et bonnes habitudes assimilées* », notamment avec l'augmentation de la productivité agricole, la création des groupements coopératifs et l'amélioration des conditions de vie (aménagement des puits d'eau, création des pharmacies villageoises, alphabétisation, etc.) (Bemba, 2008 : 249).

En fait, cette réussite (si réussite il y a eu) tiendrait au mode de diffusion de la *radio rurale*, consistant notamment dans la mise en œuvre de deux systèmes de contrôle, « *les radios-clubs et les rapports d'écoute* », qui ont permis une interactivité entre les populations paysannes et les pouvoirs publics : après avoir écouté les émissions éducatives en petits groupes (radio-clubs), les populations en discutaient le contenu sous la supervision d'un animateur qui établissait un rapport d'écoute où il notait les observations des auditeurs à destination des pouvoirs publics. Il se créait ainsi un dialogue permanent entre les populations-cibles et les décideurs politiques, la *radio rurale* étant conçue comme un moyen de communication par lequel les autorités politiques vulgarisaient leur politique en matière agricole et dont les paysans se saisissaient pour dire aux pouvoirs publics leurs difficultés dans la mise en œuvre des projets et programmes préconisés. Ce qui fait dire à Léon Bemba que les radios rurales étaient de « *véritables centres de discussion, de partage d'idées et de prises de décision collégiale [sic]* », permettant ainsi « *la libre expression au sein des collectivités rurales* » et donnant « *aux paysans la possibilité de faire connaître leurs réflexions et leurs suggestions, tant sur la radio rurale que sur les méthodes agricoles proposées* » (Bemba, 2008 : 250).

L'interactivité de la relation entre les décideurs politiques et les populations-cibles aurait donc induit une appropriation de l'information diffusée ; cette appropriation aurait alors modifié le savoir des uns et des autres. Et cela tiendrait à la nature même des médias dits « *légers* » (dont fait partie la *radio rurale*) qui « *apparaissent comme des instruments de dialogue permettant aux destinataires de réagir, par des discussions de groupes, aux messages diffusés ou même de devenir source de message* », et ce en « *opposition aux mass médias qui remplissent une fonction de transmission verticale des messages* » (Kiyindou, 2010 : 22). L'initiative de la *radio rurale* s'inscrit ainsi dans une logique communicationnelle, c'est-à-dire d'établissement de la relation entre le gouvernement et le monde rural. Elle consiste dans le partage d'informations, voire des connaissances entre les pouvoirs publics et le monde rural, et non dans une simple diffusion d'informations ou des connaissances d'un point (celui des acteurs politiques connaisseurs) vers un autre (celui des paysans ignorants). On est dans une posture de *co-construction* d'une information qui fait sens, c'est-à-dire utilisable pour les destinataires. C'est ce qui aurait donc expliqué le « *succès* » de la *radio rurale* au Congo.

Quoi qu'il en soit, le *paradigme informationnel de développement* a connu un tournant décisif avec l'émergence et la propagation tous azimuts de la notion de « *société de l'information* ». En effet, selon Bernard Miège (2003), le recours systématique aux données informationnelles et l'importance de leur traitement pour les rendre utilisables parce que pertinentes, semble nouveau dans la mobilisation du *paradigme informationnel* pour le développement des activités sociales. Ce qui fait donc de la notion de « *société de l'information* » l'une des plus importantes évolutions actuelles du *paradigme informationnel de développement*, dans la mesure où le traitement de l'information, la création et la diffusion des messages, l'acquisition et la transmission des connaissances seraient considérés comme des opérations facilitatrices du développement universel promu par la « *société de l'information* », à en croire certains auteurs (Ngouem, 2007). Par ailleurs, depuis les décennies 1980, 1990 et 2000, cette notion de « *société de l'information* » semble s'être octroyé le statut de « *paradigme dominant* » dans l'étude de la communication sociale (Garnham, 2000). Dès lors, il devient important de revenir sur son origine et son évolution, pour à la fois mieux saisir la portée des valeurs qu'elle sous-tend et comprendre la dynamique développementale qu'elle inspire.

### **Chapitre 3 : La notion de « société de l'information »**

La notion de « *société de l'information* » a émergé autour des années 70. Elle a pris corps notamment avec certains théoriciens libéraux, tels que Friedrich von Hayek, Daniel Bell, Edward Shils, Raymond Aron ou Alain Touraine. Ces derniers ont en effet théorisé sur la « *société post-industrielle* », considérant celle-ci comme une étape dans l'évolution sociétale « *censée marquer la fin des modèles et des conditions de production industrielle (épuisement du régime fordiste), des idéologies, de la lutte des classes et des réformes d'action collective héritées du mouvement ouvrier, caractéristiques des sociétés modernes de masse* » (George, Granjon, 2008 : 9). Ainsi, pour Éric George et Fabien Granjon, bien qu'elle ait connu plusieurs appellations (village global, société câblée, société post-industrielle, société post-fordiste, etc.), suivant les années et les courants théoriques qui l'ont portée, la notion de « *société de l'information* » renvoie toujours à cette idée d'une « *société caractérisée par la multiplication des échanges de données et d'informations dans un contexte d'innovation rapide et d'accroissement de marchés* » (George, Granjon, 2008 : 9). Et cette perspective nouvelle d'échanges de données et d'informations comme base de développement sociétal trouverait son fondement dans l'invention et l'usage d'Internet.

#### **3.1. L'origine de la notion : l'invention et l'usage d'Internet**

##### **3.1.1. Un projet militaire américain**

La notion de « *société de l'information* » fait référence au développement du réseau Internet. Dans son ouvrage *Histoire de la société de l'information*, Armand Mattelart (2003) évoque l'origine d'Internet en la plaçant dans le contexte de la stratégie militaire mise en place par les États-Unis d'Amérique à la fin des années 1950. En effet, avant de devenir un réseau civil, Internet fut d'abord un réseau militaire. Son développement s'est réalisé dans un contexte géopolitique marqué par la *Guerre froide*, dont la conquête spatiale était l'une des stratégies militaires mises en œuvre par les deux blocs antagonistes, à savoir les États-Unis d'Amérique et l'Union soviétique. En 1957, l'Union soviétique défie les États-Unis, en lançant le satellite *Spoutnik*, « *ouvrant ainsi un autre front de la guerre froide, la lutte pour la conquête spatiale* » (Mattelart A., 2003 : 37). Cet événement fut un moment crucial dans le



développement de la stratégie militaire américaine. Pour répondre au défi lancé par l'« *ennemi soviétique* », le Pentagone crée, en 1958, une agence de coordination des contrats de recherche fédéraux dans le domaine de la défense militaire : DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). Afin de faciliter les échanges entre les différentes équipes contractuelles de recherche, cette agence met en place, dix ans plus tard, le réseau *Arpanet*, qui est considéré comme l'ancêtre d'Internet.

En effet, les origines d'Internet, affirme Manuel Castells (2002), sont à chercher dans *Arpanet*, le réseau d'ordinateurs constitué par la DARPA en septembre 1969. Pour Jean-Noël Jeanneney, le réseau *Arpanet* était parti de l'initiative d'un service du ministère états-unien de la Défense qui, en 1969, « *entreprend de relier les différents laboratoires universitaires travaillant sur l'informatique et de coordonner leurs ordinateurs, énormes et individuels, pour limiter, entre eux, les doubles emplois* » (Jeanneney, 2001 : 337). Et c'est en marge de cet usage initial que les centres de recherche ainsi concernés exploiteront le réseau pour « *débattre des avancées de leurs travaux, échanger des renseignements, travailler de conserve et multiplier les échanges favorables aux innovations* » (Jeanneney, 2001 : 337). Ce réseau reliait ainsi plusieurs pôles de recherche travaillant pour le même projet de la défense militaire états-unienne, en accompagnant leurs échanges d'informations. Il s'agit d'une recherche contractuelle dont le profil « *répond aux demandes engendrées par la doctrine de la dissuasion nucléaire et des représailles massives : l'affrontement avec l'ennemi communiste* » (Mattelart A., 2003 : 37), la mission de la DARPA consistant « *à mobiliser les ressources de la recherche, en particulier universitaire, pour assurer aux États-Unis la supériorité sur l'Union soviétique en matière de technologie militaire* » (Castells, 2002 : 19).

Avec *Arpanet*, nous avons donc un modèle de communication au service d'une « *communauté de pairs* », c'est-à-dire une communauté de scientifiques travaillant pour les mêmes missions. L'idée est de faciliter la diffusion et l'accès à l'information scientifique pour tous les pairs. Il s'agit aussi de protéger cette information, c'est-à-dire d'éviter sa fuite hors du circuit communautaire pour qu'elle n'arrive pas jusqu'à l'« *ennemi soviétique* ». De ce fait, *Arpanet* est à la fois un réseau égalitaire, communautaire et exclusif, puisqu'il ne concerne qu'une communauté déterminée de scientifiques ; son accès est déterminé par l'appartenance à cette communauté, une appartenance qui s'avère ici exclusivement heuristique. Ce qui fait de ce réseau une communauté d'élites intellectuelles, à l'origine.

### 3.1.2. Du projet militaire au projet civil

Les objectifs du réseau *Arpanet* étaient donc militaires. Il a fallu attendre la fin de la *Guerre froide*, amorcée dans les années 1970 par la *Détente* ou le rapprochement des États-Unis avec l'Union soviétique, pour opérer une conversion de l'usage d'*Arpanet* des fins militaires aux objectifs civils. Ainsi, pour les États-Unis, les technologies mises en œuvre dans le cadre d'*Arpanet* « serviront de support au slogan de la "révolution des communications" » (Mattelart A., 2003 : 39). Ce modèle de communication sera mis au service de la diplomatie américaine. En effet, le Département d'État américain va s'employer à légitimer la doctrine du *free flow of information* (libre flux de l'information) auprès des organismes des Nations Unies, tels que l'UNESCO. Cette doctrine sera vite assimilée à celle du *Libre-échange* dans le domaine commercial. La posture américaine inaugure déjà un modèle de développement basé sur l'échange d'informations. En effet, avec l'ouverture du réseau *Arpanet* au monde civil, ce sont des ordinateurs de nombreux univers socioculturels et de tous les coins de la planète qui vont être reliés entre eux. La communication sort ainsi du circuit fermé et exclusif des chercheurs américains de la DARPA pour s'étendre au reste de la planète. Et c'est l'invention, en 1991, de la World Wide Web (WWW) ou la « *grande toile mondiale* » par deux informaticiens du Conseil européen pour la recherche nucléaire (CERN, devenu Laboratoire européen de physique des particules) qui va permettre « *la connexion des ordinateurs en réseaux à l'échelle planétaire* » (Mathien (dir.), 2005 : 10). Pour Manuel Castells, c'est effectivement la WWW qui aura permis l'extension d'Internet au monde entier. La WWW est en effet conçue comme une « *application de partage de l'information* » mise au point, d'après Manuel Castells, en 1990 par Tim-Lee, programmeur anglais employé au CERN (Castells, 2002 : 25). L'idée est de relier toutes les parties du monde par un réseau qui permette de faciliter la circulation de l'information. Cette dernière devient ainsi au centre des échanges entre nations.

Comme on peut le constater, ce mode d'échanges s'inspire du modèle de communication instauré au sein du groupe formé par les équipes de recherche de la DARPA, comme le stipule Armand Mattelart : « *C'est au sein de cette "république des informaticiens" dépendant des contrats fédéraux et fonctionnant à l'abri du monde extérieur que se forme l'idée selon laquelle le modèle de sociabilité qui s'est développé autour et par l'intermédiaire d'Arpanet peut être mis en place dans le monde ordinaire* » (Mattelart A., 2003: 37) . Cette idée est fondée sur les principes qui ont caractérisé le mode d'échanges au sein des équipes de la

DARPA. Il faut rappeler que ce réseau reliait des chercheurs. Ces derniers formaient un groupe qui peut être considéré comme une communauté égalitaire, dans la mesure où tous avaient un même statut et travaillaient pour un même but : ils étaient tous des contractuels de la Défense états-unienne. On peut donc parler du principe d'échanges égaux qui devait caractériser ce réseau. Et c'est ce principe qui sera mis en valeur, en transposant dans le monde ordinaire le modèle de « sociabilité » accompagné par Arpanet : « *Les principes d'échanges égaux et de circulation libre et gratuite de l'information dans le cadre d'un réseau coopératif géré par ses utilisateurs qui constituent le cœur du cadre sociotechnique de l'Internet universitaire vont, pensent-ils, se diffuser avec la nouvelle technologie* » (Flichy, 1999 : 113). Ceci met en relief la vision d'un monde égalitaire – on désignera d'ailleurs le potentiel d'internet sous le nom de « *communauté des égaux* » – où tous auront la possibilité d'accéder à l'information et de la diffuser, le flux informationnel apparaissant comme un idéal sociétal à l'échelle planétaire.

Le risque d'un tel idéal sociétal est d'aboutir à une vision uniformiste des échanges mondiaux. Car, s'il faut considérer tous les citoyens du monde comme des membres d'une « *communauté de pairs* » ayant des objectifs communs (à l'image de la communauté scientifique de la DARPA), la tentation serait de voir dans ces citoyens des individus qui partageraient une culture commune, voire unique. L'un des avatars de cette vision peut se lire dans la pensée du philosophe américain Francis Fukuyama (1993) qui, dans son ouvrage *La Fin de l'histoire et le dernier homme*, prédit une convergence de toutes les organisations sociales vers un modèle unique fondé sur le double libéralisme politique (démocratie) et économique (capitalisme). Les États-Unis n'ont d'ailleurs pas échappé à cette tentation, en se considérant comme le pôle central à partir duquel devrait se développer la « *société globale* », et ce grâce à l'avance qu'ils auraient pris dans ce domaine de la communication. Ainsi, de par cette maturité acquise en matière de communication, la société américaine serait devenue le phare qui éclairerait la voie des autres nations. Et, en termes politiques, cela voudrait dire que l'on ne pourrait plus parler d'*impérialisme culturel* des États-Unis vis-à-vis du reste du monde, puisque leurs industries culturelles, leur mode de vie et leurs modèles d'organisation seraient devenus naturellement universels, et c'est un modèle global de modernité qu'ils véhiculeraient, pour paraphraser Armand Mattelart (2000). Ce qui, bien évidemment, donnera lieu à de sérieuses controverses au niveau international, telles que le débat autour de la doctrine libérale du *free flow of information*, une doctrine soutenue par le Département d'État américain.

Ces controverses ont été observées dans tous les débats, ayant accompagné la préparation du *NOMIC*, notamment sur les questions du respect et de la mise en pratique des droits de l'homme et des libertés fondamentales, de l'exercice des libertés et des droits civils, politiques, économiques, sociaux, culturels, de la circulation libre ou équilibrée de l'information, etc. (Cabedoche, 2011). Alors que les États-Unis soutenaient la *free flow of information*, l'ensemble des pays dits « *non-alignés* » insistaient sur la nécessité « *d'une diffusion large et équilibrée de l'information* » (Masmoudi, 1986 : 67), car dans « *la répartition des zones de couverture des grandes agences mondiales, l'organisation de la collecte internationale de l'information traduisait une inégalité de couverture* » (Cabedoche, 2007 : 345). La cristallisation des positions des uns et des autres conduira finalement les États-Unis puis le Royaume-Uni à quitter l'UNESCO, consacrant ainsi la rupture déjà « *latente entre ces approches à dominante diffusionniste et des lectures nourries à l'école de la dépendance, lesquelles liaient alors, dans leur critique radicale des théoriciens de la modernisation, dépendance culturelle, dépendance politique et dépendance économique* » (Cabedoche, 2011). C'est que l'information fut considérée dans ce modèle de société comme un enjeu géopolitique : « *le savoir, plus que jamais auparavant, est pouvoir* », affirment le politiste Joseph S. Nye et l'amiral William A. Owens (in Mattelart A., 2003 : 88), conseillers de la Maison-Blanche. C'est le règne du « *soft power* » ou la « *puissance douce* », un concept utilisé dans les relations internationales et qui fut développé par le politiste américain Joseph Nye (2005). Il s'agit du pouvoir de séduction exercé à travers l'information qui, cette dernière, devient la source du nouveau pouvoir. Le « *soft power* » est en effet la faculté de faire accepter aux autres ce que l'on désire, non pas par la force ou la coercition, mais par la séduction (Nye, 2005).

Dès lors, on comprend que l'information soit devenue un enjeu stratégique dans les relations internationales, car les dirigeants politiques ont depuis longtemps compris le pouvoir qui vient de l'attraction : « *Alors que les dirigeants des pays autoritaires peuvent user de la coercition et de la force, dans les démocraties, les politiciens devront davantage compter sur une combinaison d'incitation et d'attraction*<sup>23</sup> » (Nye, 2005 : 6). Alors que la conquête spatiale et l'arme nucléaire servaient à la dissuasion durant la « *guerre froide* », l'information, elle, est devenue une arme de séduction à l'heure de la « *détente* » (Cabedoche, 2003a).

---

<sup>23</sup> Traduit de l'anglais par nos soins.

### 3.1.3. De la séduction diplomatique à la « *nouvelle économie* »

La maîtrise des réseaux de communication a fini par devenir également un enjeu de développement économique, car le développement d'une nation passerait désormais par la maîtrise du flux informationnel. C'est « *l'ère de la technétronique* » (Mattelart A., 2003), c'est-à-dire celle de la maîtrise « *des innovations liées à l'expansion de l'électronique et des techniques de numérisation des contenus, signaux et des signes en tous genres* » (Mathien, 2005 : 9). Cette expression sera principalement retenue pendant les années 60, dans le discours du futur conseiller du président Carter pour les affaires de sécurité nationale, Zbigniew Brzezinski, qui plus tard recommandera aux États-Unis d'assumer pleinement leur leadership dans la *Révolution technétronique* en cours et conduisant à la *Globalisation*, en développant une même volonté propagandiste que l'ennemi (Brzezinski, 1969). En tant que réseau d'informations et d'échanges permis par la connexion de nombreux micro-ordinateurs, Internet offre en effet des potentialités qui « *proviennent de la rencontre de plusieurs développements technologiques importants : télécommunication, électronique, informatique* » (Capul, Garnier, 2005 : 306). Pour Bruno Ollivier, connu sous la forme du Web, Internet est né de la convergence de trois technologies principales, à savoir le téléphone, l'informatique et l'audiovisuel : « *Au téléphone, il doit l'immédiateté, à l'informatique les possibilités d'automatisation des tâches et à l'audiovisuel l'utilisation des sons et d'images qui, entre autres phénomènes, permettent l'identification* » (Ollivier, 2007 : 151). Ce qui revient à dire qu'Internet est un concentré des technologies diverses.

À ce sujet, Bernard Miège parle plutôt de « *dispositifs techniques* », puisqu'on a « *le plus souvent affaire à des objets et/ou des réseaux alliant des techniques différentes relevant de disciplines différentes (opto-électronique, informatique, physique du signal, etc.) et concernant la numérisation des signaux, leur transport via des réseaux à plus ou moins haut débit, la compression des données et leur multimodalisation* » (Miège, 1997 : 168). Internet renvoie donc à un *dispositif technique*, dans la mesure où il constitue un mécanisme fonctionnant à l'aide de plusieurs techniques réunies. Pour le terme de *dispositif*, nous nous inscrivons ici dans la perspective de Michel Foucault (1994). Ce dernier définit cette notion comme un réseau de plusieurs éléments hétérogènes (discours, institutions, aménagements architecturaux, décisions réglementaires, mesures administratives, énoncés scientifiques, propositions philosophiques, morales, philanthropiques) constituant « *une sorte de*

*formulation qui, à un moment historique donné, a eu pour fonction majeure de répondre à une urgence* » (Foucault, 1994 : 299-300). En tant que *dispositif technique*, Internet renvoie ainsi à une convergence de technologies hétérogènes formant un mécanisme dont le fonctionnement est censé régler de nombreux problèmes sociétaux.

Ce mécanisme est perçu comme une innovation technologique pouvant induire (ou ayant déjà induit) des changements majeurs au sein des organisations sociales. L'entrée dans « *l'ère technétronique* » implique en effet la maîtrise des dispositifs techniques permettant le traitement, la diffusion et la réception de l'information. Ce qui conduit à la prise en compte de ces innovations par les États, les acteurs économiques et tous les autres usagers, d'autant plus que la promotion des innovations technologiques est tapageusement « *accompagnée par des discours de validation et d'encouragement en faveur de leur développement* » (Mathien, 2005 : 9). Les « *discours de validation et d'encouragement* » projettent le progrès des sociétés humaines par le développement des TIC, l'idée étant que toute innovation technologique impliquerait une évolution de l'humanité vers un état meilleur (Scardigli, 1992). En 1993, le vice-président des États-Unis, Al Gore, parlait d'« *autoroutes* » de l'information. D'autres termes, comme « *Infosphère* », ont été aussi évoqués pour désigner « *l'ensemble des activités des acteurs des technologies de l'information et de la communication, des données ou documents numériques disponibles, mais aussi des logiques de production et d'échanges qui se déroulent dans cet "univers virtuel"* » (Mathien, 2005 : 10). Aussi le développement de la notion de « *Société de l'information* » aura-t-il comme conséquence, entre autres, la naissance de la « *nouvelle économie* », qui est son corollaire.

Cette dernière notion est comprise à la fois comme l'ensemble des entreprises appartenant au secteur des TIC et un nouveau modèle de croissance fondé sur le développement d'Internet dans un plus grand nombre d'activités (Capul, Garnier, 2005). La définition évoque deux éléments importants de la « *nouvelle économie* » : la production des dispositifs techniques et leur usage dans les différents secteurs de la vie sociale. Les deux éléments sont étroitement liés car l'un implique l'autre : la production implique l'usage, et l'usage fait appel à la production. La « *nouvelle économie* » concerne donc les TIC, c'est-à-dire « *l'ensemble des secteurs d'activités économiques qui contribuent à la visualisation, au traitement, au stockage et à la transmission de l'information par des moyens électroniques* » (Gollac (dir.), 2003 : 10). Comme telle, elle inclue les matériels informatiques, les logiciels, les matériels de télécommunication, les services informatiques et de télécommunication (Gollac (dir.), 2003).

Un développement basé sur la « *société de l'information* » implique donc la promotion du secteur de production de ces dispositifs techniques, un secteur capable de fournir des outils dont l'usage dans les différentes activités sociales est supposé conduire au progrès socio-économique. Ainsi la « *nouvelle économie illustre-t-elle ce processus et ce phénomène discursif fondés sur le mythe ancien du progrès, en l'occurrence d'un progrès exceptionnel* » (Mathien, 2005 : 9) ; elle est l'expression, dans le champ économique, de ce courant technologiste de la « *société de l'information* ». Désormais, tout progrès passerait par la mise en œuvre de cette « *nouvelle économie* », fondée autant sur la production que sur le commerce et l'usage des TIC. Mais c'est particulièrement dans les années 1990 que serait apparue la foudritude de « *discours d'accompagnement de l'innovation technique, affirmant la prépondérance de l'économie de service, du travail immatériel, de la tertiarisation de l'emploi, de l'importance des manipulateurs de symboles, du savoir, de la connaissance, de l'intellectualité de masse* » (George, Granjon, 2008 : 9). Cette nouvelle perspective aura mobilisé aussi bien les acteurs économiques et politiques que la communauté des scientifiques.

### **3.2. La dissémination planétaire de la notion de « *société de l'information* »**

#### **3.2.1. Le Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI)**

Lorsque la notion de « *nouvelle économie* » fait son apparition dans les discours officiels, en 1994, le G7 (le groupe des sept pays les plus industrialisés de la planète, à l'époque) charge l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) d'une mission de réflexion sur l'impact de la « *société de l'information* » en termes d'emplois. En cette même année, la publication du rapport Baugemann sur l'Europe et la « *société de l'information planétaire* » voit dans la libéralisation rapide des télécommunications – que préconise le rapport –, une possibilité d'expression de la diversité culturelle grâce à l'accès des consommateurs aux contenus culturels. En 1995, à Bruxelles, le sommet du G7 s'inscrit dans la logique de la notion de « *global society of information* », et le vice-président américain, Al Gore, y soutient l'idée de confier au secteur privé la construction des « *Inforoutes* ». Enfin, lors de sa 90<sup>ème</sup> réunion plénière du 21 décembre 2001, l'Assemblée générale de l'Organisation des Nations Unies décide de l'organisation, en deux phases, d'un sommet

intergouvernemental sur le thème la « *Société de l'information* » ; c'est le Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI). La première phase se tint du 10 au 12 décembre 2003, à Genève (Suisse), et la seconde, du 16 au 18 novembre 2005, à Tunis (Tunisie).

L'un des objectifs du SMSI se résume dans la définition des « *contours de la "société que nous voulons" et la mise des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication au service du développement afin de "réduire le fossé numérique" existant entre les pays industrialisés et les pays en développement* » (Kiyindou, 2009a). Aussi la notion de « *société de l'information* » s'est-elle disséminée à travers toute la planète, et ce dans toutes les sphères de la vie sociale, politique, culturelle et économique : de l'organisation des relations internationales à l'organisation de la vie nationale, en passant par les activités de production économique et de recherche scientifique. En effet, le SMSI fut, dans ces deux phases, comme dans les étapes préparatoires, « *un accélérateur pour la dissémination de l'inscription "société de l'information", déjà observée dans des textes de nature diverse, des écrits scientifiques aux discours politiques et aux projets techniques* », l'organisation de ce sommet mondial n'ayant été qu'un moment dans le processus graduel de légitimation et de dissémination de cette « *pseudo-notion* » (Jeanneret, 2005 : 73). Pourtant la notion aura tout de même pris une ampleur telle qu'elle a fini par s'imposer comme un paradigme dominant dans l'organisation sociétale actuelle, à l'échelle planétaire. Aussi de nombreux débats et des positionnements variés se sont-ils développés autour de cette notion.

### **3.2.2. L'apologie castellienne de la notion : la « *société en réseaux* »**

Nous n'allons pas évoquer ici toutes les thèses des chercheurs s'étant inscrits dans une posture apologétique vis-à-vis de la « *société de l'information* ». Nous nous contentons simplement de relever une des versions de cette posture à travers la pensée de Manuel Castells. En effet, la version castellienne sur la « *société de l'information* » apparaît « *la plus sophistiquée des versions disponibles* », comme le soutient Nicolas Garnham (2000 : 55). Toutefois, dans cette version, Manuel Castells passe de l'enthousiasme à la pondération sur les « *potentialités révolutionnaires* » des TIC ; c'est un fait qui n'est pas toujours assez souligné lorsqu'on présente la pensée de cet auteur, la tendance générale insistant plutôt sur son prophétisme néo-technologique. En ce qui nous concerne, nous nous efforçons de mettre en lumière les deux



aspects de cette pensée, dont le développement postérieur aura apporté une nuance significative à l'enthousiasme antérieur sur les vertus prométhéennes des TIC.

### ***3.2.2.1. Un emballement autour des « potentialités révolutionnaires » des TIC***

Manuel Castells est professeur de sociologie et de planification urbaine et régionale depuis 1979, à l'université de Californie, à Berkeley. D'origine catalane, il quitte l'Espagne à 20 ans, et étudie la sociologie et l'urbanisme, en France. Il obtient deux doctorats, l'un en sociologie, l'autre en lettres et sciences humaines. Il enseigne ensuite, entre 1967 et 1979, à l'École des hautes études en sciences sociales, à Paris. Outre son poste à Berkeley, il est directeur de recherche à l'Interdisciplinary Institute de Barcelone, université virtuelle mondiale. Castells a publié une vingtaine d'ouvrages, dont les trois tomes de sa trilogie consacrée à *L'ère de l'information* : Vol 1, *La société en réseaux*, Fayard, 1998 ; Vol 2, *Le pouvoir de l'identité*, Fayard, 1999 ; Vol 3, *Fin de millénaire*, Fayard, 1999)<sup>24</sup>. Sa thèse principale est que les innovations relatives aux technologies de l'information et de la communication constituent la base de compréhension de l'évolution générale de la société actuelle. Car, avec ces innovations, il s'est inauguré une nouvelle ère, « l'ère de l'information » ou la « société postindustrielle », qui succéderait ainsi à la société industrielle. Déjà, en 1973, un sociologue et essayiste américain, Daniel Bell, parlait de la « société postindustrielle », qu'il appelait également « société du savoir » ou « société de l'information », avec la publication de son ouvrage *The Coming of Post-industrial Society*. Manuel Castells s'inspirerait donc de cette pensée de Daniel Bell, comme l'affirme Nicolas Garnham (2000), pour soutenir que les innovations technologiques inaugurent « l'ère de l'information » ou de la « société en réseaux ». Il pose, comme principe, l'idée que nos sociétés sont de plus en plus fortement construites autour de l'opposition bipolaire entre ce qu'il appelle le « net » et le « self ». Le « net » désigne la nouvelle forme d'organisation en réseaux, remplaçant progressivement l'ancienne organisation hiérarchique et verticale comme modèle social dominant. Le « self », quant à lui, désigne l'émergence de multiples pratiques à partir desquelles les individus tentent de réaffirmer leurs identités dans un monde en rapide changement<sup>25</sup>.

---

<sup>24</sup> Cf. LAJOUS, Florent, « Fiche de lecture - La galaxie Internet - Manuel Castells », in *Les Epologues* [en ligne] : <http://epnologies.free.fr/IMG/pdf/galaxie-internet.pdf> (consulté le 18/10/2011).

<sup>25</sup> Cf. PIOTET Dominique, « Manuel Castells : le sociologue des réseaux », in *L'Atelier BNP Paribas* [en ligne] : <http://www.atelier.net/fr/articles/manuel-castells-sociologue-reseaux> (consulté le 18/10/2011).

Commentant cette thèse castellienne, Nicolas Garnham affirme que la source de la dynamique du changement social et les transformations – perçues comme historiques et planétaires – de la structure de l'économie, de la stratification sociale, de la politique et de la culture sont pour Manuel Castells un paradigme technologique basé sur un ensemble d'innovations issues de la Silicon Valley pendant les années 1970 (Garnham, 2000 : 56). La Silicon Valley désigne, en fait, le pôle des industries de pointe situé au sud de la baie de San Francisco, en Californie (États-Unis) ; l'expression renvoie à l'industrie des technologies de pointe en général. C'est de cette partie des États-Unis que serait partie cette « *nouvelle ère* » de l'humanité. Car, dans ce coin du monde, « *un petit groupe d'innovateurs a agi à la crise de rentabilité du capitalisme par l'introduction d'une série de nouvelles technologies qui ont massivement accru la productivité* » (Garnham, 2000 : 56). Il s'agit bien de « *nouvelles* » technologies de l'information et de la communication dont l'introduction dans les activités de production aurait sauvé des entreprises. Dès lors, ces « *nouvelles* » technologies sont considérées comme des moteurs de la croissance économique et, partant, du développement de tous les autres secteurs d'activité : « *Castells prétend que s'ouvre un nouvel âge de l'information caractérisé par un nouveau mode de production, le capitalisme informationnel, et par une nouvelle structure sociale planétaire, la société en réseau* » (Garnham, 2000 : 58). L'information deviendrait ainsi le levier du développement humain. C'est ce modèle de développement qui sera appelé à être diffusé à travers la planète entière.

Dans la préface qu'il a signée dans le premier volume de l'ouvrage de Manuel Castells, *La société en réseaux. L'ère de l'information*, Alain Touraine affirme que le premier thème dont traite le livre, à savoir la naissance de la « *société de l'information* », est « *peut-être celui qui fascinera le plus immédiatement le lecteur, car en peu de pages se trouve tracée l'histoire des inventions, des innovations et des entreprises qui ont bouleversé notre civilisation matérielle* » (Castells, 1998 : 7). Parler d'innovations qui auraient bouleversé l'humanité, c'est poser ces innovations comme la base du changement intervenu dans tous les domaines économique, politique, social, culturel, etc. Et Alain Touraine de poursuivre que cette « *société en réseaux* » a été construite à partir de deux ressources principales, la première étant la connaissance, la seconde, l'adaptabilité des entreprises qui a permis aux innovations d'imprégner le tissu de l'économie, d'abord aux États-Unis, rapidement ensuite dans le reste du monde (Castells, 1998). Ce qui pose la connaissance, assimilée ici à l'information, comme base sur laquelle reposerait le changement.

La diffusion de cette connaissance permettrait ainsi de répandre au reste de la planète le modèle du changement amorcé dans la Silicon Valley. Dans cette diffusion, les TIC seraient déterminantes car ce sont elles qui la rendent possible. Internet, en tant technique de codification et de diffusion de l'information, jouerait un rôle déterminant : « *Internet tisse les fils de notre vie. Si les technologies de l'information sont aujourd'hui l'équivalent historique de l'électricité pour l'ère industrielle, Internet a la particularité d'être à la fois le réseau d'électricité et le moteur électrique puisqu'il diffuse l'énergie de l'information dans tous les domaines de l'activité humaine* », affirme Manuel Castells, qui ajoute qu'« *Internet est le fondement de la forme d'organisation propre à l'ère de l'information : le réseau* » (Castells, 2002 : 9). C'est donc en tant qu'agent propagateur de la matière première à partir de laquelle seraient édifiées les organisations sociales à « *l'ère de l'information* » qu'Internet jouerait un rôle fondamental dans leur développement ; il permettrait en effet de faire circuler l'information, la matière première indispensable à la construction des organisations sociales « *en réseaux* ». Ce qui reviendrait à dire que sans Internet, il n'y aurait pas de diffusion de l'information. Cette dernière étant le matériau essentiel à l'édification des organisations socio-économiques, politiques et culturelles, l'absence d'Internet signifierait le chaos organisationnel au niveau sociétal. C'est ainsi que l'on pourrait résumer le prophétisme castellien en matière des TIC.

### ***3.2.2.2. Un prophétisme modéré par la résilience des dispositifs techniques***

Avec cette thèse de Manuel Castells, on serait tenté de croire que ce sont les dispositifs techniques qui induisent les pratiques sociales. Il suffirait alors d'inscrire dans les outils techniques des usages précis pour aboutir aux pratiques souhaitées. Or, il n'en est pas toujours le cas. Manuel Castells lui-même s'en est fort heureusement rendu compte. Car, en parlant de l'interaction entre Internet, les entreprises et la société, l'auteur reconnaît que les usagers savent s'approprier les technologies à leur manière, en instaurant même des usages non prescrits : « *Les individus, les institutions, les entreprises et la société en général transforment la technologie en se l'appropriant, en la soumettant à toutes sortes d'expériences* » (Castells, 2002 : 13). Ce qui, bien évidemment, relativise les effets envisagés, d'autant plus que l'espèce humaine vit dans une communication consciente, à l'opposé de l'espèce animale. Cet aspect confère à l'homme une capacité d'appropriation des objets qui lui sont proposés. Il s'en suit une interaction entre les usages prescrits sur les dispositifs techniques et les contextes sociaux

de leur utilisation. C'est ce que nous appelons ici la *résilience des dispositifs techniques*, c'est-à-dire leur susceptibilité d'être intégrés dans des usages nouveaux, voire imprévus par leurs concepteurs. Ainsi, une « *structure socio-technique émerge de cette interaction* » entre l'homme et les dispositifs techniques, reconnaît Manuel Castells, pour qui Internet est un réseau de communication planétaire, mais sa pratique, sa réalité en pleine évolution demeurent les produits de l'action humaine dans des conditions historiques données (Castells, 2002). Certes, avec l'introduction des TIC dans les différentes organisations, on voit émerger de nouvelles formes d'organisations, mais le facteur humain apparaît comme un régulateur incontournable dans ces mutations sociales qui sont parfois indûment attribuées aux effets des dispositifs techniques. Cet aspect a d'ailleurs constitué la trame des débats du VII<sup>ème</sup> Colloque International d'EUTIC (Enjeux et usages des technologies de l'information et de la communication), tenu du 23 au 25 novembre 2011, à Bruxelles (Belgique), sous le thème *Transformation des organisations, évolution des problématiques et mutations fonctionnelles*. Aussi l'ardeur prophétique autour des potentialités révolutionnaires des TIC se trouve-t-elle nuancée par le réalisme dicté par la prise en compte des contextes socio-historiques de leur utilisation.

*In fine*, on ne peut donc s'empêcher de constater une certaine prudence dans la pensée de celui qui est généralement considéré comme la figure de proue du discours scientifique de légitimation de la « *société de l'information* » quant aux effets des innovations technologiques sur les organisations sociales. Manuel Castells reconnaît la malléabilité d'Internet comme outil technique, une malléabilité pouvant conduire à une diversité de pratiques qui ne vont pas toujours dans le sens des prescriptions préétablies : « *Il s'ensuit néanmoins qu'Internet est une technologie particulièrement malléable, susceptible d'être profondément modifiée par la pratique sociale et de nourrir en son sein une vaste gamme d'effets sociaux potentiels – à découvrir par l'expérience, et non pas à proclamer par avance* » (Castells, 2002 : 13-14). La diversité de potentialités d'usages que représente Internet peut en effet conduire les usagers à construire leurs propres usages, selon leur identité et/ou la structure sociale dans laquelle ils évoluent (Kiyindou, 2010). Ce qui met en valeur l'impact des logiques sociales dans le développement qu'accompagneraient les innovations technologiques ; c'est le rejet du « *tout technique* », puisque l'action humaine est associée aux potentialités techniques dans le développement des usages des TIC. Ainsi, « *à des lieues des visions enchantées désignant les TIC comme des instruments de démocratisation, par nature, il convient cependant de considérer ceux-là comme des enjeux de pouvoirs, utilisés par des acteurs poursuivant des*

*objectifs antagonistes* » (Cabedoche, 2012), comme nous le verrons d'ailleurs plus loin, au sujet de différents acteurs sociaux engagés dans la promotion des TIC.

### **3.3. Les origines et les évolutions de la « *société en réseaux* »**

En fait, l'idée d'une « *société en réseaux* » ne naît pas seulement avec l'apparition d'Internet. Pour Pierre Musso (2003), la « *société en réseaux* » serait l'une des trois formes principales qu'aurait connues le « *réseau* » dans son évolution à travers l'histoire. Dans son évolution, le terme « *réseau* » serait passé de « *technique artisanale du tissage d'où il tire son étymologie (rétis)* » aux « *grands réseaux artificiels territoriaux issus de la révolution industrielle* », pour aboutir enfin aux « *réseaux d'information et de communication de la révolution informatique* » (Musso, 2003 : 10-11). En effet, dès l'origine, soutient Pierre Musso, « *le mot "réseau" désigne les rets, les filets ou les tissus* », et la « *première représentation empirique d'un réseau (reconnaissance immédiate que « ceci ou cela ressemble à un réseau ») est un ensemble de lignes et d'interconnexions, de chemins et de sommets : chaque ligne conduit à plusieurs nœuds ou intersections et réciproquement* » (Musso, 2003 : 11 et 13). Le « *réseau* » se réfère ainsi à cette image de « *tissu* » et de « *filet* », cette interconnexion de « *lignes et de points, de carrefours et de chemins* », une image que l'on observe aussi dans la nature, notamment à travers « *la toile d'araignée* » qui serait la « *version naturelle que l'on retrouve jusque dans la désignation du Web (World Wide Web ou Toile d'araignée mondiale)* » (Musso, 2003 : 12-13).

C'est donc sur cette image d'interconnexion de « *lignes et de points* » que serait fondé le « *récit mythique moderne de la transformation sociale par le réseau et son architecture* », avec la multiplication des réseaux techniques depuis la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, un récit qui aura été « *réactivé et revisité à l'occasion de chaque invention des techniques réticulées, de l'électricité à Internet* » (Musso, 2003 : 237). Du « *réseau naturel* » que l'on observait à travers les images naturelles du corps humain (notamment le cerveau) ou de la toile d'araignée, on serait alors passé au « *réseau artificiel* ». L'idéologie contemporaine du réseau s'alimenterait donc « *à la source de métaphores et de mythes qui ont à voir avec la discontinuité du fil et des flux, et avec les techniques artisanales du tissage produites par le mouvement alternatif répété de la main ou du métier* » (Musso, 2003 : 41). Et dans l'imaginaire mythologique, le tissu comme le fil a été perçu non seulement comme « *un*

lien », mais aussi une « *liaison rassurante* », un « *symbole de continuité* » s'opposant « à la *discontinuité*, à la *déchirure* comme à la *rupture* » (Durand, 1969 : 370-371). D'où cette référence au « *réseau* » comme lieu de construction et/ou de maintien du « *lien social* », de partage de valeurs et de connaissances...

Quant à Armand Mattelart, il fait remonter le principe de la « *société en réseaux* » à l'idée même de l'« *uniformisation du monde* ». Cette idée aurait été mise en œuvre par la « *standardisation de la langue* » qui sert à désigner le monde et dont la *Révolution française* constituerait la référence parce qu'ayant fait de la matérialisation de la langue des calculs « *l'aune de l'égalité citoyenne et des valeurs de l'universalisme* » (Mattelart A., 2003 : 3 et 6). À ce sujet, Bertrand Cabedoche évoque le terme de *nivellement*, qui émerge à cette époque immédiatement post-révolutionnaire :

[...] le terme *nivellement* (entendu comme synonyme d'uniformisation) est assumé de manière positive, avant-gardiste, en référence au symbolisme du niveau, un des attributs de la déesse Philosophie, emblème du culte de la Raison et qui avait déjà justifié l'adoption du système métrique. Cette référence au niveau, en tant qu'outil, devient caractéristique de l'« *égalitarisme citoyen* », de « *l'esprit universaliste* ». C'est à partir de cette légitimité que déjà, l'Abbé Grégoire avait appelé à lutter contre les expressions locales de l'*Identité* et les dialectes régionaux, considérés comme autant de relents de féodalisme, auquel il fallait imposer la généralisation de la langue française sur tout le territoire (Cabedoche, 2010).

Par ailleurs, Armand Mattelart évoque le projet de *La cité mondiale et la fiche documentaire* comme une « *préfiguration de la société en réseaux* ». Il s'agit en effet du projet de deux avocats pacifistes, Paul Otlet et Henri La Fontaine, qui fondèrent en 1895 l'Institut international de bibliographie, à Bruxelles (Belgique). Selon Armand Mattelart, le projet de ces deux avocats était de « *constituer le "Livre universel du savoir" en comptabilisant au jour le jour le travail intellectuel des deux mondes* » (Mattelart A., 2003 : 27). Ce projet s'était accompagné d'une autre initiative : la création, en 1910, de l'Office central de l'Union des associations internationales, dont la mission était la mise en réseaux « *des efforts en vue de réunir en un système général tous les systèmes particuliers d'unification et d'amitiés* » (Mattelart A., 2003 : 27-28). Paul Otlet parlait déjà du « *mondialisme* », pour évoquer cette mutualisation de la pensée à travers un « *réseau universel* » qui est à la fois technique et social. Et l'on peut aujourd'hui remarquer la traduction de cette idée dans les faits, avec la mise en place de certaines plates-formes de partage de connaissances à distance, telles que les

bibliothèques numériques. C'est le cas, par exemple, de *Google Book Search* et d'*Europeana*, qui permettent la consultation de nombreux livres sur Internet, ou encore de la *Bibliothèque numérique mondiale* (BNM - World Digital Library), lancée en avril 2009 par l'UNESCO.

L'idée qui est derrière toutes ces initiatives, c'est bien le changement ou le développement de la société par la technique. Tout récemment, Éric Schmidt, Pdg de *Google*, annonçait que le but de sa société était de changer le monde (Cabedoche, 2012). Par ailleurs, le lancement de la BNM participe de la promotion par l'UNESCO des valeurs qu'elle défend, telles que la diversité linguistique et la compréhension entre les cultures, mais aussi la réduction de la « *fracture numérique* » entre les peuples<sup>26</sup>. Proposant donc des contenus dans plusieurs langues (anglais, arabe, chinois, espagnol, français, portugais et russe), l'ambition de cette nouvelle bibliothèque est bien d'unir les peuples par le partage de l'information et/ou du savoir. On voit là apparaître – mais surtout traduit dans les faits – l'idée d'une mutualisation de la pensée humaine à travers un réseau technique. Il sied toutefois de signaler que cette idée de mutualisation de la pensée humaine s'est développée avec la mise en œuvre des réseaux du câble sous-marin, de la poste universelle, ainsi que des réseaux citoyens qui ont surgi dans la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle, à l'occasion de la reconnaissance des libertés de presse, d'expression et d'association, donnant ainsi une véritable impulsion aux échanges entre sociétés civiles (Mattelart A., 2003). Autant dire qu'Internet accompagnerait et accélérerait simplement un réseau d'échanges sociaux existant dès avant sa création.

Dès lors, *le paradigme techno-informationnel* – suivant l'expression d'Armand Mattelart (2003) – sur lequel s'appuie la notion de « *société de l'information* » participerait de ce que Bernard Miège (2007) appelle le *procès d'informationnalisation*. Ce dernier terme est défini comme « *une logique sociale de la communication qui se caractérise par la circulation croissante et accélérée des flux d'information éditée ou non, autant dans la sphère privative, dans celle du travail que dans l'espace public* » (Miège, 2007 : 66). L'expression de la conceptualisation de ce *procès* est bien manifeste dans certains courants de l'histoire des théories de la communication, au nombre desquelles la *cybernétique* occupe une place de choix.

---

<sup>26</sup> Cf. *Le Monde*, « L'Unesco lance sa Bibliothèque numérique mondiale » [en ligne] : [http://www.lemonde.fr/culture/article/2009/04/21/l-unesco-lance-sa-bibliotheque-numerique-mondiale\\_1183210\\_3246.html](http://www.lemonde.fr/culture/article/2009/04/21/l-unesco-lance-sa-bibliotheque-numerique-mondiale_1183210_3246.html) (consulté le 19/10/2011).

### 3.4. La cybernétique comme fondement théorique de la « *société de l'information* »

L'émergence de la notion de « *société de l'information* » peut en effet être rattachée à la *cybernétique*, un courant de pensée représenté par Norbert Wiener. Ce dernier publie en 1948 *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and Machine*. Dans cet ouvrage, l'auteur projette l'organisation sociale à base de l'information. Car, d'après lui, le désordre social, qu'il appelle *entropie*, serait causé par le manque d'information. Sa thèse part du constat de barbarie relative à la Seconde Guerre mondiale : comment expliquer que toute la société ait cautionné une telle barbarie ? Pour lui, le développement social, économique, etc., dépend du développement des techniques d'information. Pour éviter le manque d'information qui aurait entraîné toute la société à la tragédie de la guerre – cette dernière témoignant d'une régression sociale –, il faudrait développer les techniques qui permettent la transmission de l'information.

Présentant la pensée de Norbert Wiener, Michèle et Armand Mattelart affirment à ce sujet : « *L'entropie, cette tendance qu'a la nature à détruire l'ordonné et à précipiter la dégradation biologique et le désordre social, constitue la menace fondamentale. L'information, les machines qui la traitent et les réseaux qu'elles tissent sont seuls à même de lutter contre cette tendance à l'entropie* » (Mattelart A., Mattelart M., 2004 : 35). On retrouve là cette idée de l'information comme base de toute organisation sociale, le « "*message*" [c'est-à-dire l'information], *bien que contingent en lui-même* », s'efforçant « *en effet de freiner la tendance de la nature à la désorganisation en appliquant ses attributs à diverses fins bien définies* » (Wiener, 1962 : 32). En effet, Norbert Wiener entend par *information*, le « *contenu de ce qui est échangé avec le monde extérieur à mesure que nous nous y adaptons et que lui appliquons les résultats de cette adaptation* » (Wiener, 1962 : 19). L'*information* est envisagée ici comme l'élément fondamental qui permet à l'homme de s'adapter à son environnement. Ce qui renvoie à une approche biologique de l'*information*. Du coup, l'organisation sociale est assimilée à un organisme biologique dont le fonctionnement est lié à l'échange d'informations au niveau des organes. L'analogie entre les machines qui permettent la transmission de l'information et le fonctionnement de l'organisme biologique est d'ailleurs la thèse défendue par Norbert Wiener dans *Cybernétique et société* : « *Ma thèse est que le fonctionnement physique de l'individu vivant et les opérations de certaines des machines de communication les plus récentes sont exactement parallèles dans leurs efforts identiques pour contrôler*



*l'entropie par l'intermédiaire de la rétroaction* » (Wiener, 1962 : 31). Ceci peut s'expliquer par le fait que l'émergence de la notion d'*information* est parfois associée au contexte des recherches des biologistes. Pierre Musso a d'ailleurs relevé cette analogie du « *réseau technique* » à l'organisme biologique où « *le médecin cherchait un ordre et une logique à partir des effets de réseau observés dans et sur le corps humain* » (Musso, 2003 : 237).

En effet, la notion d'*information* est très polysémique, comme l'atteste Jérôme Segal (2011), pour qui cette notion est polymorphe, voire luxuriante. Nous n'entrons pas ici dans la discussion sur les différentes approches de théorisation qui ont cours sur cette notion, notre recherche étant bien orientée sur l'information de presse, qui plus est inscrite dans la discipline des Sciences de l'Information et de la Communication, qui a ses propres approches conceptuelles de l'information. Toutefois la référence à l'approche biologique nous permet de mieux comprendre la mobilisation de cette notion dans le cadre du courant cybernétique, ce dernier se présentant comme un contexte théorique déterminant dans l'émergence de la notion de « *société de l'information* ». Car, parmi les nombreuses disciplines qui ont contribué au développement conceptuel et lexical de la notion d'*information*, la biologie apparaît sans doute celle où cette notion est des plus discutées, notamment parce que cette discipline peut, à travers la notion d'*information*, dialoguer avec des disciplines différentes, telles que l'informatique et les mathématiques (Segal, 2011). En fait, la publication de *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and Machine* intervient l'année où paraît la première version de l'ouvrage de Claude Elwood Shannon, *The Mathematical Theory of Communication* (La théorie mathématique de la communication). Cet ouvrage sera augmenté l'année suivante des commentaires de Warren Weaver (1975). Dans ce livre, l'auteur se propose de présenter un schéma du « *système général de communication* », car le problème de la communication serait, selon Shannon, de « *reproduire à un point donné, de manière exacte ou approximative, un message sélectionné à un autre point* » (Mattelart A., Mattelart M., 2004 : 30). Ce qui préoccupe l'auteur, c'est la transmission de l'*information* d'un point à un autre, et non pas la réception.

Mais lorsque Shannon conçoit sa *théorie mathématique de la communication*, il existe déjà un vocabulaire de l'*information* relatif au monde biologique. En 1943, Erwin Schrödinger s'en sert lorsqu'il explique les modèles de développement de l'individu contenus dans les chromosomes. Ainsi, pour Michèle et Armand Mattelart (2004), depuis cette date, la puissance d'organisation de l'analogie informationnelle a accompagné toutes les grandes

inventions de cette science de la vie : découverte de l'ADN comme support de l'hérédité en 1944, par l'Américain Oswald Avery ; travaux sur le code génétique des trois Nobel français, François Jacob, François Lowff et Jacques Monod, en 1965. Tel serait donc le contexte général de la recherche dans lequel Norbert Wiener formule sa théorie de la *cybernétique*. Si Shannon avait fait des emprunts manifestes à la biologie du système nerveux pour formuler sa théorie (Mattelart A., Mattelart M., 2004), il est fort probable que Wiener, lui-même ex-professeur du premier, ait puisé à la même source.

Ce contexte heuristique peut donc éclairer la référence à l'approche biologique de l'*information* que l'on relève dans la *cybernétique* : on transposerait ainsi le fonctionnement de l'organisme biologique au fonctionnement des organisations sociales. Et, à l'ère de la « *techno-utopie réticulaire* », les avaliseurs de la marque « *société de l'information* » s'emploieraient à « *identifier le réseau artificiel à un corps humain vivant, à le rattacher à des images corporelles, notamment au cerveau, pour naturaliser la technique* » (Musso, 2003 : 237-238). Comme c'est l'échange de l'*information* entre les différents organes qui préside au bon fonctionnement des organismes biologiques, c'est alors la même logique qui serait préconisée au niveau des organisations sociales : la société ne fonctionnerait aussi harmonieusement qu'avec la mise en œuvre des mécanismes d'échange maximal de l'*information*, d'autant plus que les êtres humains ne sont pas des systèmes isolés mais qu'ils sont des parties d'un monde plus vaste d'où ils tirent leurs réserves de vitalité (Wiener, 1962). Pour vivre, chaque organisme vivant a besoin d'une information afin de se prévenir des dangers ; sans information, aucun organisme vivant ne survit. Vivre efficacement, ce serait vivre avec une bonne information. C'est à cette source théorique que se référerait la notion de « *société de l'information* ». Mais, notre travail s'inscrivant dans la discipline des Sciences de l'Information et de la Communication, nous sommes obligé de sortir de ce regard lénifiant sur la « *société de l'information* », pour l'aborder dans une approche tout à fait critique de la communication.

## **Chapitre 4 : Le recul vis-à-vis des procès de légitimation de la « société de l'information »**

### **4.1. Une idéologie et un simple cadre théorique**

De nombreux chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication prennent du recul vis-à-vis de cette logique de légitimation de la « *société de l'information* » que nous venons d'évoquer au chapitre précédent. Ainsi, se situant dans une position critique à l'égard de « *l'effervescence discursive* » légitimant cette notion, Nicolas Garnham soutient que la théorie de la « *société de l'information* » est « *l'idéologie dominante de la période actuelle* » (Garnham, 2000 : 88). En tant qu'idéologie, c'est-à-dire un « *système de représentations de la réalité* » (Ollivier, 2007 : 47), cette notion se serait érigée en modèle normatif pour l'ensemble des activités humaines, l'idéologie pouvant également être définie comme un « *modèle de croyance et de concepts (à la fois factuel et normatif) qui vise à expliquer aux individus et aux groupes un phénomène social complexe en vue de canaliser et de simplifier leur choix* » (Gould, Kolb, in Mattelart A., 2000 : 25). Nicolas Garnham (2000) voit donc derrière cette notion, « *une réelle construction intellectuelle* ». Ce qui signifie que la « *société de l'information* » renverrait à un simple cadre théorique qui se présenterait comme un schéma d'interprétation et de compréhension de l'état actuel de l'évolution du monde et des pratiques sociales (Garnham, 2000). C'est aussi la position d'Yves Jeanneret (2005). Ce dernier propose de prendre de la distance vis-à-vis de cette notion dont les différents processus de légitimation sont assimilés à un « *dispositif de communication par lequel cette catégorie, de simple représentation circulant dans la société, est devenue un cadre obligatoire pour tout discours sur les rapports entre médias, technique et culture* » (Jeanneret, 2005 : 67). Prendre la « *société de l'information* » pour cadre obligatoire dans l'approche des rapports entre les médias, la technique et la culture, ce serait faire de cette notion l'unique cadre d'interprétation de ces rapports, donc de leur intelligibilité. Ce que récusent bien évidemment les auteurs adoptant une posture critique vis-à-vis de la notion.

La position critique de ces auteurs vis-à-vis des discours apologétiques sur la « *société de l'information* », des auteurs considérant cette notion comme une simple approche théorique – et non pas comme un état de fait – des phénomènes sociopolitiques, économiques et culturels actuels, nous renvoie à ce qu'Erving Goffman (1991) appelle les *cadres sociaux de*

*l'expérience*. En effet, ce sociologue et linguiste américain distingue deux types de *cadres primaires*, qu'il conçoit comme des éléments au travers desquels l'homme perçoit les événements, les comprend et les décrit : les *cadres naturels* et les *cadres sociaux*. Les derniers sont définis comme des cadres qui « *permettent de comprendre d'autres événements, animés par une volonté ou un objectif et qui requièrent la maîtrise d'une intelligence* » (Goffman, 1991 : 31). Et, présentant cette notion de *cadre* dans la perspective goffmanienne, Jean-Pierre Esquenazi affirme : « *Du point de vue de celui qui doit interpréter l'expérience, l'on peut dire qu'un cadre est une sorte de lunette qu'il chausse afin de se rendre capable de saisir celle-ci* » (Esquenazi, 2002 :41). Car, pour Erving Goffman (1991), les actes de la vie quotidienne sont compréhensibles à partir d'un ou de plusieurs *cadres* qui les informent. Et les *cadres* qui permettent la perception sont appelés *cadres naturels*, c'est-à-dire ceux qui ne sont soumis à aucune interprétation préalable, tandis que ceux qui permettent la compréhension et la description sont dits *cadres sociaux* car ils sont déjà soumis à des interprétations. La notion de « *société de l'information* » peut alors être placée dans cette catégorie de *cadres sociaux*, dans la mesure où elle se présenterait comme un « *cadre théorique obligatoire* » dans le processus de compréhension des autres événements, tels que « *les rapports entre les médias, la technique et la culture* », ou encore « *la période historique actuelle et les tendances de développement dominantes dans notre société* » (Garnham, 2000 : 55). La pertinence d'une analyse de ces phénomènes dépendrait ainsi de la référence à cette notion, en tant que « *cadre théorique obligatoire* ». Cette notion serait devenue la *norme*, c'est-à-dire un *déterminant* indispensable dans l'appréhension des phénomènes médiatiques, techniques, culturels et développementaux du monde actuel.

## 4.2. Une logique d'homogénéisation de la pensée et de l'action humaines

Dans la mesure où l'on serait en face d'un *cadre social*, c'est-à-dire d'un cadre construit – et non pas naturel –, cette notion renverrait plutôt à un fait de langage qu'à un fait de réalité. Comme telle, elle participerait d'une logique de construction à l'échelle mondiale, de ce que Jean-Pierre Esquenazi (2002) appelle un *jeu de langage*, c'est-à-dire « *le parler pertinent dans un cadre spécifique* ». En effet, pour cet auteur, les *jeux de langage* sont des « *parlers adaptés aux divers cadres auxquels nous participons* » (Esquenazi, 2002 : 36) ; ils renvoient, en fait, aux différents *usages* et *habitudes* que l'on fait de la langue, suivant les circonstances ou, pour employer les termes de Goffman, selon les *cadres*. Un chef d'entreprise, par

exemple, parlant la langue française, n'utilise pas du même vocabulaire ou de la même syntaxe selon qu'il est devant ses employés ou devant ses partenaires dans un sport quelconque. La relation avec ses employés est un cadre spécifique qui autorise l'usage d'un certain vocabulaire mais aussi d'une certaine syntaxe, et celle avec ses partenaires sportifs en est un autre appelant à l'usage d'une autre phraséologie (Reboul, 1980). La même langue est ainsi mobilisée différemment selon les *cadres*. C'est ce que Jean-Pierre Esquenazi (2000) appelle le *jeu de langage* : l'adaptation de l'usage de la langue aux *cadres* de l'expérience.

La mobilisation de la notion de *jeu de langage* nous permet de faire observer que le *cadre* implique une multiplicité d'usages de la langue, parce qu'il existe plusieurs *cadres* qui appellent chaque fois à une mobilisation différente de la même langue. Or, en posant la notion de « *société de l'information* » comme « *cadre théorique obligatoire* » dans l'appréhension des phénomènes du monde actuel, on semble s'inscrire dans une perspective réductionniste du *jeu de langage*. Car penser à un « *cadre théorique obligatoire* », c'est supposer un usage unique et universel de la langue : toutes les situations de mobilisation de la langue sont réduites à un seul *cadre*, celui de la « *société de l'information* ». Dans ce cas, le seul « *parler pertinent* » serait celui qui se réfère au « *cadre théorique obligatoire* » que représenterait la « *société de l'information* ». On est là dans une logique de construction d'un *jeu de langage* unique et universel. On peut alors parler d'une tentative d'homogénéisation de la pensée humaine à travers un *jeu de langage* universel. Et, en lien avec la *fonction conative* du langage, c'est-à-dire celle incitative à l'action (Jakobson, 1963), c'est également la logique d'homogénéisation de l'action humaine qui serait mise en œuvre ici.

Avec la « *société de l'information* » comme « *cadre théorique obligatoire* », on serait donc dans un *jeu de langage* universel impliquant une action globalisante pour l'ensemble des acteurs sociaux au niveau mondial. C'est la logique de l'homogénéisation du monde qui présiderait ici. Commentant la thèse de Zbigniew Brzezinski sur la « *société en réseaux* », Armand Mattelart soutient que le modèle sociétal proposé par les États-Unis représenterait alors « un "modèle global de modernité", des schémas de comportements et de valeurs à imiter partout sur la planète », la « *société de l'information* » devenant une « *extrapolation de l'archétype né et achevé outre-Atlantique* » (Mattelart A., 2000 : 41). Cela signifie que, à travers la doctrine états-unienne du *free flow of information*, c'est un arsenal conceptuel universel sur l'organisation des sociétés dites « *modernes* » qui serait ainsi proposé. Une société serait d'autant plus « *moderne* », c'est-à-dire performante, que son organisation

s'appuierait sur les innovations technologiques mobilisées dans le modèle américain, car le discours sur la « *société de l'information* » a été également assimilé à celui sur la *modernité*. Aussi le développement des TIC est-il perçu et vécu comme un signe de la modernité, mais une modernité à « *l'américaine* ». Voilà une réponse on ne peut plus claire à cette interrogation d'Alain Kiyindou, se demandant « *si la société de l'information n'est pas une autre forme d'"occidentalisation du monde" dans la mesure où elle est porteuse de normes, de modes d'organisation et de valeurs de types états-uniens* » (Kiyindou, 2009c : 11). Des plans de développement urbain et/ou national ont d'ailleurs été conçus un peu partout à travers le monde sur cette base.

Ce fut, par exemple, le cas du Japon, avec le *Japan Computer Usage Development Institute* (JACUDI) qui fixait la « *société de l'information* » (*jôhō shakai*) comme objectif national pour l'an 2000 ; le point focal de ce plan était le *MITI*, c'est-à-dire un super ministère du commerce international et de l'industrie qui avait pour mission principale d'engager une synergie entre la recherche et l'industrie, le secteur public et les grands groupes privés. En outre, ce plan préconisait une organisation urbaine, la *Computopolis*, qui envisageait la mise en place d'une ville entièrement câblée et équipée de terminaux domestiques, avec gestion automatique des flux du trafic, un réseau de rails et de véhicules à deux places commandés par ordinateur, des hypermarchés pour ainsi dire sans personnel et avec paiement par carte magnétisée, l'informatisation de l'air climatisé (Mattelart, 2003). Ce qui n'est pas sans rappeler la préoccupation soulevée déjà dans les années 1930 par le penseur américain Lewis Mumford qui, « *en réponse aux tenants du Mouvement moderne qui exaltent l'esthétique machiniste en architecture* », plaidait « *pour une maîtrise des techniques et une réorganisation du système capitaliste* »<sup>27</sup>. En effet, ce critique et historien de l'architecture et de l'urbanisme « *voyait dans le développement illimité de l'urbanisation la réalisation d'un "idéal bureaucratique", caractérisé à la fois par l'obsession du contrôle et la soumission à des objectifs de productivité et de rentabilité* », un idéal où la radio et la télévision sont envisagées comme « *des nouveaux moyens d'informer et de conditionner l'opinion* » pour former « *un peuple unifié, homogène, standardisé, composé d'individus conformes au prototype métropolitain et habitué à consommer exclusivement les marchandises que leur fournissent les maîtres de l'appareil, dans le meilleur intérêt d'une économie en perpétuelle expansion* » (Mumford, 2011 : XII et XIV). Ici, les innovations

---

<sup>27</sup> Cf. « Mumford Lewis (1895-1990) », in *Encyclopaedia universalis* [en ligne] : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/lewis-mumford/> (consulté le 22/06/2012).

technologiques servent de prétexte au contrôle politique de l'opinion et à la réalisation des ambitions du marché capitaliste.

La *Computopolis* japonaise symbolise donc la mise en œuvre de cette idée de reproduction de la communauté de chercheurs de la DARPA, reliés entre eux par un réseau de communication technicisé. Ce qui laisse entendre que c'est la technologie qui devrait désormais fonder le lien social. C'est en effet l'idée de créer un lien social à travers la mise en place d'un réseau de communication technicisé qui est en toile de fond dans cette *Computopolis* japonaise. Et l'intégration sociale dans cette communauté virtuelle ainsi créée passerait par l'usage des *dispositifs techniques* qui la sous-tendent. Dans le cadre de la « *nouvelle économie* », nous avons là un projet intégré incluant tout à la fois la production des dispositifs techniques et la préconisation de leurs usages. Aussi l'intégration sociale ou citoyenne devient-elle un enjeu technologique qui, lui-même, se réfère à une *injonction idéologique*. Car ne peut s'intégrer dans ce réseau sociotechnique que celui qui sait faire usage de ces dispositifs techniques. Il en va de même pour les entreprises dont la survie ou le progrès dépendraient de leur intégration dans ce *cadre sociotechnique* obligatoire, qui se définit ici comme l'articulation entre le *cadre d'usage* et le *cadre de fonctionnement* (Flichy, 2003) des *dispositifs techniques*.

Au même moment ou presque, aux États-Unis, le mot d'ordre était à l'application de l'électronique aux besoins sociaux. C'est dans ce cadre que fut produit un rapport intitulé *Communications for Social Needs : Technological Opportunities*, dans lequel les auteurs (des conseillers du président américain) reconnaissent qu'il existe aux États-Unis un ensemble de problèmes nationaux, tels que l'éducation, la santé publique, le système judiciaire, les services postaux, le dispositif d'alarme en cas d'urgence politique et de désastre, qui pourraient être résolus à travers les télécommunications (Mattelart, 2003). En 1993, les États-Unis mettent en place le *National Information Infrastructure*. Et, en mars 1994, le projet d'*Inforoutes* – évoqué par Al Gore, en 1992 – participe d'une stratégie mondiale, avec la proposition américaine de la construction d'une *Global Information Infrastructure* (GII). Pour Armand Mattelart, l'objectif de la GII, dont Al Gore avait évoqué l'importance en termes de communication instantanée offerte à la grande famille humaine, était « *d'abolir les grands déséquilibres sociaux* » ; ce qui induisait la « *déréglementation des systèmes nationaux de télécommunication* » comme « *condition préalable au recueil de la manne technologique* » (Mattelart, 2003 : 82). La déréglementation des systèmes nationaux de télécommunication participe ainsi de cette logique de la mise en « *réseaux* » de toutes les nations de la planète,

puisque'il ne devrait plus y avoir de barrières, la planète étant appelée à devenir une seule communauté humaine partageant les mêmes valeurs et objectifs, à l'instar de la communauté des chercheurs contractuels de la DARPA. On voudrait ici passer d'une « *tribu de chercheurs américains* » à une « *tribu planétaire* ». Ce qui n'est pas sans poser de problèmes, puisque tous les hommes de la planète ne partagent pas forcément les mêmes valeurs et les mêmes objectifs. Et la question de valeurs et d'identités nationales va effectivement constituer un véritable écueil dans la mise en œuvre de cette « *utopie planétaire* », comme en témoignent les clivages de points de vue survenus au sein de l'UNESCO et qui avaient entraîné le retrait des États-Unis et du Royaume-Uni de cette organisation onusienne.

#### **4.3. Un mythe de la modernité : la modernisation de la société par les TIC**

En définitive, la littérature apologétique sur la « *société de l'information* » pourrait être assimilée à une forme particulière du discours : *le mythe*. En tant que discours, c'est-à-dire « *une suite d'énonciations ou de phrases qui portent sens et référence, le mythe dit quelque chose sur quelque chose* », affirme le philosophe français Paul Ricœur, pour qui il faut identifier et isoler « *ce dit du dire* » (Ricœur, 1989 : 1042b). Que dit donc la « *société de l'information* » en tant que discours mythique ? Nous venons en effet d'évoquer le fait que la notion de « *société de l'information* » est aussi très souvent mobilisée dans le cadre de la théorie de la modernité. Dès lors, on peut supposer que le « *dit* » de cette littérature en tant que discours mythique, c'est la *modernisation* de la société, avec toutes les valeurs qui l'accompagnent. Mais le terme *modernisation* revêt lui-même des significations assez variées suivant les contextes nationaux ; il n'est donc pas univoque.

Dans le contexte français, par exemple, la *modernisation* s'entend comme une démarche visant à améliorer la qualité du service rendu aux usagers, à simplifier leur relation avec l'administration, à garantir le meilleur service public possible au meilleur coût et de valoriser le travail et le parcours des agents de l'État<sup>28</sup>. Ce terme est également utilisé par l'État français lorsqu'il parle d'évolution (Bouquillion, Pailliant, 2006). Trois termes sont en fait mobilisés par l'État français pour évoquer l'idée d'évolution : la modernisation, le renouveau et la réforme. La notion de *modernisation* apparaît en 1986, avec l'idée qu'il faut réduire les

---

<sup>28</sup> Cf. Ministère de la Culture et de la Communication : <http://www.culture.gouv.fr/mcc/Actualites/Dossiers/La-modernisation-de-l-Etat-qu-est-ce-que-ca-change-pour-vous> (consulté le 20/10/2001).



coûts des services publics, afin de gagner en productivité et en qualité. Pour ce faire, il faut miser sur la motivation des agents et l'usage des TIC. Ces dernières sont conçues à la fois comme gage d'une meilleure productivité et réactivité des entreprises, d'accès et de partage universels de la culture et du savoir, et d'instauration d'une meilleure relation citoyenne. D'où la mise en place de certains plans, tels que *RE/SO 2007* (Pour une République numérique dans la société de l'information), *PAGSI* (Plan d'action gouvernemental pour la Société de l'information). Quand le premier plan vise la transformation économique, culturelle et politique, le second se définit plutôt comme une impulsion donnée, en 1998, pour favoriser les TIC dans tous les secteurs de la société : éducation, culture, entreprises et commerces, aménagement du territoire : « *le PAGSI insiste sur l'inscription des TIC dans les domaines de l'action publique traditionnellement maîtrisés par l'État : l'enseignement, la culture, la modernisation de l'administration, les entreprises et le commerce électronique, la recherche et les réglementations des nouveaux réseaux d'information* » (Bouquillion, Pailliar, 2006 : 68). Ici, l'objectif est de promouvoir l'usage des TIC à grande échelle, à travers la mise en ligne des contenus culturels, commerciaux, etc. Ainsi, au niveau des collectivités territoriales françaises, par exemple, l'usage d'Internet dans l'administration locale s'inscrit en référence à ces plans nationaux visant la modernisation des services publics (Pailliar, 2006 : 125).

Dans le contexte congolais, le terme de *modernisation* en lien avec les TIC apparaît plus clairement dans la décennie 2000, notamment avec le projet de société du président Denis Sassou Nguesso, conçu pour sa candidature à l'élection présidentielle de 2009 (Sassou Nguesso, 2009). Ce qui est frappant dans ce document, c'est l'expression même du terme *modernisation*, qui est par ailleurs l'intitulé de la première partie : la modernisation du pays. Et la *modernisation* y est envisagée comme un facteur de création de « *toutes les conditions favorables au développement* ». Car, moderniser le pays, affirme Denis Sassou Nguesso, « *c'est promouvoir les valeurs favorables au développement, c'est desserrer l'étau des contraintes sociétales, structurelles, institutionnelles, sociales, économiques et physiques paralysantes, des contingences qui bloquent l'accès au développement* » (Sassou Nguesso, 2009). Il s'agit d'engager des actions devant transformer « *en profondeur* » le pays, son mode de vie et sa gestion. Parmi les actions préconisées, le document évoque la modernisation de l'éducation nationale et de l'administration publique. Dans cette perspective, la généralisation de l'usage des TIC dans l'enseignement supérieur et leur introduction dans les cycles primaire et secondaire est envisagée comme l'un des axes de la modernisation de l'éducation nationale, alors que l'adoption et l'exécution d'un plan de l'informatisation des services et leur

équipement constituent l'une des articulations de la modernisation de l'administration publique. Pour le dernier point, le projet *FIA* (Fibre optique inter-administrations), consistant en la connexion entre différents services publics, a déjà été mis en œuvre. Ce projet s'intègre dans la *cyber stratégie* préconisée par le gouvernement congolais, une stratégie s'articulant autour de la gouvernance en ligne et dans les affaires électroniques, et elle consiste à ouvrir le pays à l'extérieur par le câble fibre optique et l'installation du backbone national, allant de Pointe-Noire (sud du pays) à Ouesso (nord du pays). Toute technique s'accompagnant d'un « *lot de discours lui attribuant le potentiel de réaliser une nouvelle forme de société* » (Coutant, 2012 : 18), la généralisation de l'usage des TIC participe ainsi de cette logique de modernisation générale de la société, tel qu'on l'observe dans le cas français. L'objectif affiché est d'intégrer sérieusement la société congolaise dans la dynamique de la « *société de l'information* ».

#### **4.3.1. Les valeurs promues dans ce « *mythe de la modernité* »**

##### ***4.3.1.1. L'amélioration de la relation entre services publics et citoyens-usagers***

Le point essentiel que l'on peut relever dans l'exemple français de la modernisation de la société par les TIC, c'est que, pour l'État français, la modernisation des services publics se fonde sur la reconnaissance des citoyens-usagers, c'est-à-dire sur la qualité de la relation entre les services publics et les usagers. Le terme de *modernisation* renvoie donc « *aux relations entre les services publics et les usagers* » (Bouquillion, Pailliat, 2006: 16). La mobilisation des TIC dans les politiques de la modernisation de la société française participerait de cette problématique de l'amélioration de la qualité de la relation entre les services publics et les usagers-citoyens. La question de fond qui est posée ici est celle de savoir quels sont les nouveaux liens que les TIC peuvent permettre d'instaurer entre les administrations et entre les agents de l'État, et dans quelle mesure la qualité du contact que l'État peut avoir avec les usagers-citoyens pourra en être améliorée (Bahu-Leyser, Faure (dir.), 1999). C'est donc dans ce contexte politique du souci d'améliorer la qualité de la relation entre les services publics et les usagers que s'inscrit la mobilisation des TIC.

Dans le cas congolais, par contre, l'accent semble être mis simplement sur l'informatisation des services publics. En effet, aucune initiative gouvernementale n'est jusque-là perceptible

dans le sens de la mise en œuvre de l'amélioration de la qualité de la relation entre les services publics et les citoyens-usagers. Ce constat donne à penser que la modernisation de la société congolaise, promue avec l'introduction des TIC dans les services publics, ne s'articulerait qu'au seul niveau de l'amélioration du lien entre les administrations et entre les agents de l'État, sans pourtant prendre en compte la relation entre les citoyens-usagers et les services publics. En fait, cette approche serait révélatrice de la nature de la relation qui existe entre l'administration congolaise et ses administrés, une relation hiérarchique, verticale et marquée par la domination des acteurs de l'action publique sur les citoyens-usagers dont les préoccupations seraient ignorées dans l'élaboration et la mise en œuvre des projets de développement. Et cela se répercute même au niveau de la relation entre la presse et ses publics, dans la mesure où la construction de l'information de presse semble s'inscrire dans ce paradigme relationnel entre l'administration congolaise et les citoyens-usagers. Au niveau de la collecte de l'information, par exemple, ce paradigme s'observe par l'exclusion des opinions et des expériences des « *citoyens ordinaires* », définis ici par rapport à leur positionnement hors du champ de l'action politique et/ou administrative, les acteurs politiques ayant tendance à exercer un contrôle exclusif et sur l'administration publique et sur la presse. L'une des conséquences de cette situation, c'est que l'on assiste à une tendance généralisée à la massification des publics dans l'offre informationnelle de la presse congolaise. Aussi les TIC ne semblent-elles mobilisées que dans le sens de l'informatisation des services rédactionnels et de mise en ligne des contenus « *traditionnels* », laissant de côté leurs potentialités de mise en relation et de dialogue avec les différents publics. C'est un aspect que nous développons plus largement dans la seconde partie de notre recherche.

#### **4.3.1.2. La technicisation des interactions sociales**

Dans tous les cas, et ce en lien avec toutes les autres valeurs mises en avant par les chantres de la « *société de l'information* », la modernisation prôchée se résumerait en l'amélioration de la qualité des services publics et de la production entrepreneuriale, l'accès universel au savoir et à la culture, ainsi que l'établissement et la consolidation du lien social. On retrouve ici cette idée de mobilisation des dispositifs techniques dans la résolution des problèmes sociaux, culturels, politiques et économiques. Les qualités de *lien social* et de *productivité économique* sont ainsi projetées dans les potentialités des dispositifs techniques. Une société moderne serait celle qui s'appuierait sur ces dispositifs pour développer toutes ces qualités évoquées ci-

dessus. En d'autres termes, une société moderne serait celle qui se réfère à l'organisation préconisée dans le cadre de la « *société de l'information* ». La modernité promue se réduit ainsi à une simple technicisation tous azimuts de la pensée et de l'action humaines ; toutes les interactions sociales deviennent techniquement *médiées* : l'éducation ou l'apprentissage avec l'*e-learning* ou le *cyber-tutorat* ; la relation au travail avec le *télétravail* ; la relation au service public avec les *formulaire en ligne*, les *téléprocédures* et *téléservices en ligne* ; les échanges interpersonnels avec l'*e-mail*, le *téléphone*, le *chat*, les *forums*, les *social media online* ou *réseaux socio-numériques*, etc.

Bref, avec les discours prophétiques sur le Web 2.0 notamment, les « *TIC sont alors présentés comme le vecteur privilégié des relations interindividuelles au détriment des instances classiques de socialisation* » (Bouquillion, Matthews, 2010 : 12). Et l'on peut parler même de l'*e-démocratie*, en engageant également le rapport du citoyen à l'acteur politique dans cette technicisation démesurée des échanges. Cela s'observe notamment à travers la mise en œuvre des dispositifs techniques de participation citoyenne aux débats politiques, tels que les pages Web ou sites Internet dédiés aux débats publics et/ou politiques, ou encore les échanges sur des plates-formes numériques entre candidats aux élections et électeurs. Dans cette perspective, la mobilisation des TIC apparaît comme une panacée dans la résolution de tous les « *problèmes rencontrés par une société (la solitude par exemple, ou l'isolement, seraient contrecarrés par la seule existence du téléphone portable ou du Web)* » (Coutant, 2012 : 18). Et l'*e-démocratie* ou la *cyberdémocratie*, qui est liée à la *démocratie participative*, se présenterait comme une solution à la crise de représentation politique se manifestant par une césure entre les élus et leurs mandants, les premiers devenant trop « *déconnectés des attentes réelles de leurs administrés et trop libres de ne pas les écouter lors de leurs prises de décisions* » (Coutant, 2012 : 22). Ainsi, « *grâce aux merveilles de la communication à grande échelle, instantanée et interactive* », les citoyens sont supposés s'impliquer directement dans la prise de décisions (Arterton, 2012 : 37). Mais les recherches empiriques apparaissent assez nuancées sur la question (Coutant, 2012), en soulignant que « *l'amélioration de la participation des citoyens au processus démocratique dépend d'avantage des objectifs des hommes que des performances des machines, sans que celles-ci ne soient pour autant négligeables* » (Arterton, 2012 : 36). Bien que cette question de *cyberdémocratie* ne soit pas encore perceptible dans l'agenda politique congolais, ce sont néanmoins les mêmes enjeux qui se dégagent – tout au moins dans les domaines social et administratif – du plan de développement des TIC au Congo, à travers la préconisation « *des projets de développement*

*des télé-services, de télé-éducation et de télé-médecine* ». Ce qui signifie que la mise en place par le gouvernement congolais d'un plan national de développement des TIC centré sur le développement des infrastructures participe de ce discours mythique de la modernisation de la société par les TIC.

La modernisation rime ici avec ce que certains auteurs appellent « *la dématérialisation des procédures (et par là même des relations avec les services de l'État)* » (Pailliar, 2006 : 124), voire avec tous les services en général (commerce, culture, santé, etc.). Il s'agit en fait de la technicisation des interactions sociales plutôt qu'une simple dématérialisation des procédures. En effet, au-delà du constat de la dématérialisation des procédures, c'est la valorisation de la technique qui est en jeu, comme le souligne d'ailleurs Isabelle Pailliar, au sujet de l'usage d'Internet dans les collectivités territoriales en France : « *L'utilisation d'Internet s'accompagne d'un fort discours de valorisation de la technique* » (Pailliar, 2006 : 126). Le « *dit* » du mythe de la « *société de l'information* », c'est donc ce que Pierre Musso (2003), spécialiste de l'étude des réseaux, appelle *la techno-utopie* ou *l'idéologie du réseau*, c'est-à-dire une forme de sociabilité fondée exclusivement sur les réseaux techniques. Cela s'explique bien évidemment par la « *dissémination* » planétaire de cette notion de « *société de l'information* », qui fait des TIC le fondement exclusif de toute sociabilité moderne : « *Le réseau devient un levier de la transformation politico-sociale, perçu et utilisé dans toutes les organisations pour les faire évoluer* » (Musso, 2003 : 238). Dans ce contexte, l'organisation de la vie quotidienne devient, selon Pierre Musso (2007), un usage, voire un culte permanent de réseaux, une quête d'accès ou de connexion aux réseaux électriques et électroniques, de communication et d'information, et une insertion dans leurs mailles qui recouvrent la planète entière.

Considérée comme un discours mythique, la « *société de l'information* » devient alors un langage justificatif d'un ordre social/sociétal que l'on tente d'instituer à travers la constitution d'une « *société globale* » soutenue par des réseaux sociaux technicisés. La prégnance de la notion se justifierait par le caractère notifiant, normatif et interpellatif du mythe, d'autant plus que le mythe a effectivement une double fonction : il désigne et il notifie, il fait comprendre et il impose (Barthes, 1957). C'est cet aspect qui lui ferait jouer un rôle déterminant dans le comportement de ceux qui y adhèrent. Dans cette perspective, la « *société de l'information* » apparaît comme une représentation symbolique de cet ordre social/sociétal décrété par la mise en œuvre des TIC dans tous les systèmes d'organisations sociales. Comme

le mythe fait appel à la croyance, la notion passerait de la simple forme de signification à un état factuel pour les adhérents, la caractéristique essentielle du mythe étant ce divorce entre l'adhésion des auditeurs aux récits mythiques en question et leur contenu fictif (Smith, 1989). L'idée de modernité ou de progrès liée à une forme d'organisation sociale/sociétale définie dans le cadre de la « *société de l'information* » se réfère au discours mythique, c'est-à-dire à une représentation idéalisée de l'état de l'humanité dans un passé ou un avenir fictif<sup>29</sup>. La notion de « *société de l'information* » relèverait bien de cette logique mythique, entendue comme une représentation idéalisée d'un mode d'organisation sociale/sociétale basée sur l'usage des TIC. Et les discours de légitimation, tant politico-économiques que scientifiques, participeraient de cette même logique : ils sont un langage ou un dispositif de communication dont la fonction principale serait d'imposer ou de justifier un ordre social/sociétal mondial fondé sur l'émergence des TIC, ainsi que sur le développement des activités communicationnelles (Miège, 2005), au point d'en faire une *norme* devant servir à mesurer le niveau de développement général d'une société et le niveau de performance, voire de sociabilité et d'épanouissement personnel.

#### **4.3.2. Une mesure de développement : la « *fracture numérique* »**

Le caractère normatif, voire injonctif de cette notion a fini par embraser toute l'architecture des organisations sociales actuelles, au point d'engendrer une nouvelle catégorisation des sociétés humaines sous le prisme d'une autre notion sous-jacente, tout aussi « *floue* » que sa génératrice : la « *fracture numérique* », que l'OCDE inaugure en 2001 et qu'elle définit comme « *une mesure statistique au motif explicite de donner une "vision plus sociétale" des technologies de l'information et de la communication* » (Mattelart A., 2009 : 82). Définie comme le fossé existant entre ceux qui possèdent et utilisent les TIC, d'une part, et ceux qui n'en possèdent pas (pour diverses raisons), d'autre part (Kiyindou, 2009b), la « *fracture numérique* » s'observe aussi bien dans les pays dits « *en développement* », en Afrique comme en Asie, que dans les pays dits « *développés* » ou riches, tels que les États-Unis, le Canada ou la France (Lafrance, 2009). C'est dans ce sens que la 36<sup>ème</sup> session de la Conférence générale de l'UNESCO, tenue le 5 novembre 2011, à Paris, autorisait la directrice générale de cette organisation onusienne à soutenir les actions qui aideraient à réduire la « *fracture numérique* » et à promouvoir les possibilités d'accès aux technologies de l'information et de

---

<sup>29</sup> Cf. mot « Mythe », in *Le Robert quotidien*, Paris, Dictionnaires Le Robert, 1996.

la communication, ainsi que l'utilisation d'Internet au service du développement. Il s'agissait pour l'UNESCO de réduire la « *fracture numérique* » et l'écart entre hommes et femmes, entre foyers, entre entreprises, et entre zones géographiques à différents niveaux socioéconomiques de cette fracture, en incluant les besoins des personnes handicapées<sup>30</sup>. Car, désignant le « *fossé qui se creuse entre les plus favorisés en moyens de communication* », les « *info riches* », et les plus dépourvus, les « *info pauvres* », la *fracture numérique* renvoie en réalité à la cartographie des « *écarts qui existent en terme de développement économique et social* » (Blanchard, 2004 : 255-256).

Le développement économique et social peut se comprendre ici comme une amélioration des conditions de vie qui concourent au bien-être humain, telles que l'éducation, la santé, la liberté individuelle, le revenu moyen, la répartition équitable des richesses, la cohésion sociale, etc. En Afrique sub-saharienne, par exemple, seules 6 personnes sur 100 ont utilisé Internet en 2010, alors que, dans le monde occidental, l'accès à Internet oscille entre 49% en Europe, et 70% aux États-Unis<sup>31</sup>. Pour Alain Kiyindou, ce qui est mis en avant dans cette nouvelle caractérisation des sociétés humaines à « *l'ère de la société en réseaux* », c'est « *l'injonction technologique qui, en l'occurrence, implique la nécessité d'une e-inclusion, en ce sens que le local non inclus dans le global ou à l'écart de celui-ci, serait perçu comme une anomalie* » (Kiyindou, 2009b : 89). En d'autres termes, la « *normalité* » d'une société humaine moderne serait ici fonction de son degré d'équipement, d'accessibilité et d'usage des TIC. Aussi le Sommet Mondial sur la Société de l'Information avait-il appelé tous les pays à envisager la mise en place des mécanismes nationaux permettant de parvenir à l'accès universel dans les zones mal desservies, rurales comme urbaines, afin de réduire la « *fracture numérique* ». Cet appel est alors relayé par l'Union internationale des télécommunications (UIT), qui serait « *déterminée à connecter le monde et à mettre les avantages des TIC à la portée des régions les plus éloignées, y compris les zones "blanches" dans lesquelles des millions d'habitants ne sont toujours pas connectés dans des villes surpeuplées* »<sup>32</sup>. En effet, cette « *injonction technologique* », dont la tendance est de mesurer l'évolution des sociétés humaines à l'aune du niveau d'acquisition et d'usage des TIC, amène certains pays regorgeant

---

<sup>30</sup> Cf. UNESCO, *Projet de rapport de la Commission communication et information (CI)* [en ligne] : <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002138/213864f.pdf> (consulté le 07/11/2011).

<sup>31</sup> Cf. *Agenzia Fides*, « Un nouveau service pour amener la connexion à Internet dans les zones les plus reculées du monde » [en ligne] : <http://www.fides.org/aree/news/newsdet.php?idnews=29642&lan=fra> (consulté le 19/02/2011).

<sup>32</sup> Cf. Union internationale des télécommunications, « Thème 2010: Mieux vivre dans la ville grâce aux TIC » [en ligne] : <http://www.itu.int/wtisid/2010/theme-fr.html> (consulté le 19/05/2010).

la majorité de ces fameuses « zones "blanches" » à s'élancer dans la mise en œuvre des politiques d'équipement en infrastructures liées au développement des « nouvelles » technologies de l'information et de la communication. Et c'est dans cette dynamique que s'inscrit le discours et l'action politiques du gouvernement congolais en faveur des TIC. Ce discours et cette action révèlent, comme nous l'avons déjà souligné plus haut, une logique centrée sur l'acquisition d'infrastructures liées au déploiement et à l'usage des TIC dans toute la société. L'objectif est donc de faire face au défi de la « fracture numérique », c'est-à-dire la réduction de l'écart séparant la société congolaise – qui serait « en voie développement » – des autres sociétés dites « développées » parce qu'ayant atteint un niveau très élevé en matière et d'équipements et d'usages des TIC.

Au niveau des infrastructures liées aux télécommunications, par exemple, on peut dire que la majeure partie du territoire national congolais est aujourd'hui couverte par des réseaux de téléphonie mobile, et ce grâce aux investissements de différents opérateurs privés. Grâce à la libéralisation du marché des télécommunications opérée par la loi n°14/97 du 26 mai 1997, quatre opérateurs privés de téléphonie mobile se disputent en effet le marché congolais, à savoir *Airtel Congo*, *MTN Congo*, *Warid Congo* et *Azur Congo*. Mais les deux principaux demeurent *MTN Congo* et *Airtel Congo*. Le premier est né du rachat, le 9 décembre 2005, de *LIBERTIS Telecom* qui avait déjà six années d'existence au Congo ; il a atteint un taux de couverture de 80% de la population congolaise, avec un capital social qui est passé, en sept années, de 10 millions à 5 milliards de francs FCFA. Quant au second, il est né des cendres de *Zain Congo* qui, lui-même, était issu de *Celtel Congo*, lancé en 1999. Ces opérateurs privés sont ainsi à la base de l'explosion de la téléphonie mobile dans le pays (Kissangou, 2008). Il faut dire qu'ils profitent également de la défaillance de *Congo Telecom*<sup>33</sup>. Détenant pourtant le monopole d'exploitation de la téléphonie fixe, *Congo Telecom* peine en effet à se relever de la destruction de ses infrastructures au cours des conflits armés que le pays a connus dans les décennies 1990 et 2000.

Si l'usage du téléphone mobile est devenu une pratique généralisée, voire banalisée, il n'en est pas le cas pour Internet qui reste encore difficilement accessible, tant matériellement que financièrement. Le taux de pénétration d'Internet est en effet estimé à 7%, et l'essentiel des

---

<sup>33</sup> *Congo Telecom* est devenue, depuis le 18 août 2009, l'appellation de la *SOTELCO* (Société des télécommunications du Congo), l'opérateur public historique des télécommunications en République du Congo, créé en mars 2003, à la suite de la dissolution de l'*ONPT* (Office national des postes et télécommunications).



clients est concentré à Brazzaville et Pointe-Noire<sup>34</sup>. Il faut reconnaître que l'usage d'Internet est plus exigeant que celui du téléphone mobile : en dehors d'une formation, de l'habileté à communiquer par écrit et de la maîtrise du français et/ou de l'anglais (Lafrance, 2008), il faut d'autres investissements financiers liés à l'achat de matériel (ordinateurs ou autres tablettes numériques et Smartphones), à l'abonnement à un fournisseur, à la consommation énergétique (électricité), etc. Cela se vérifie même au niveau des entreprises de presse. Sur les onze que nous avons interrogés, trois titres de presse seulement ont une connexion Internet à leur siège, avec un parc informatique plus ou moins important ; les autres font généralement recours aux cybercafés pour avoir accès à Internet. Quant à la formation des journalistes à l'utilisation des outils informatiques, un seul journal affirme avoir assuré cette formation à ses collaborateurs. Pour le reste, chaque journaliste se débrouille avec les moyens du bord pour se former, puisqu'il n'existe pas de formations en interne dans les entreprises de presse, en dehors des formations organisées par certaines agences des Nations Unies ou par des ONG (Organisations non gouvernementales) locales ou internationales.

Par ailleurs, le paysage des fournisseurs d'accès Internet (FAI) ne s'est pas encore clairement dessiné dans la société congolaise. Actuellement, le marché congolais des FAI est dominé par trois opérateurs de téléphonie mobile, à savoir *Airtel Congo*, *MTN Congo* et *Warid Congo*, qui détiennent à eux seuls 80% des parts de marché. D'autres petits opérateurs, tels que *DRTV Net*, *Alink Telecom*, *AMC Telecom*, *Ofis*, *Congo Télécom* et *North Telecom*, arrivent loin derrière<sup>35</sup>. Certains d'entre eux sont de petites entreprises de multiservices qui utilisent leurs *VSAT* (*Very small aperture terminal*) pour connecter leurs clients (cybercafés, administrations, etc.) à Internet. C'est le cas, par exemple, d'*Ofis* qui, à travers sa marque commerciale *Yattoo*, vend un certain nombre de services Internet. Mais cela reste un phénomène largement urbain, puisque c'est principalement dans les grandes villes (Brazzaville, Pointe-Noire, Dolisie, Nkayi, Ouessou) que l'on peut trouver des cybercafés et/ou des télécentres, avec toutefois un accès à Internet de très mauvaise qualité et à des coûts assez élevés par rapport au revenu moyen des populations locales. En effet, l'étape de la commercialisation d'Internet haut débit et grand public n'a pas encore été amorcée à l'échelle nationale. Jusqu'en mai 2012, on n'en était encore qu'au niveau de l'expérimentation et de

---

<sup>34</sup> DEVEY Muriel, « Congo : virage négocié vers le tout-numérique », in *Jeune Afrique* [en ligne] : <http://economie.jeuneafrique.com/regions/afrique-subsaaharienne/12370-congo-virage-negocie-vers-le-tout-numerique.html> (consulté le 31/08/2012).

<sup>35</sup> DEVEY Muriel, « Congo : virage négocié vers le tout-numérique », in *Jeune Afrique* [en ligne] : <http://economie.jeuneafrique.com/regions/afrique-subsaaharienne/12370-congo-virage-negocie-vers-le-tout-numerique.html> (consulté le 31/08/2012).

l'installation des points d'échange départementaux (Points of Presence, POP) et de boucles optiques métropolitaines à Pointe-Noire, Brazzaville et Oyo. C'est donc ce retard en couverture numérique du territoire national que le gouvernement congolais entend combler à travers sa politique d'acquisition et d'installation des infrastructures liées au déploiement et à l'usage public des TIC. Cette politique s'inscrit ainsi dans la logique de l'« *injonction technologique* » relative à la « *dissémination* » planétaire de la « *société de l'information* », faisant de l'usage des TIC une norme universelle de développement.

#### **4.4. Une imbrication du diffusionnisme et du déterminisme technologiques**

La logique du déploiement des TIC à l'échelle planétaire n'est pas sans rappeler le paradigme diffusionniste, notamment dans son affiliation avec la *théorie de la modernisation* qui fait de l'acquisition et de l'usage des technologies modernes un facteur de progrès social ; c'est une approche théorique dont la pratique s'observe à travers cette politique de transfert des technologies des pays dits « *développés* » vers les pays dits « *en voie de développement* » : il suffirait d'acquérir ces nouveaux dispositifs techniques – à défaut de les produire – et de les mettre à la disposition des populations pour que le pays se modernise ou évolue. En effet, à l'occasion de la célébration de la *Journée mondiale des télécommunications et de la société de l'information 2010*, qui avait pour thème « *Mieux vivre dans la ville grâce aux Tic* », le ministre congolais de l'Enseignement technique et professionnel, de l'Emploi et de la Formation qualifiante annonçait, le 17 mai 2010 à Brazzaville : « *Ces réalisations [ des infrastructures relatives au déploiement des TIC], nous en sommes convaincus, favoriseront le développement socioéconomique de notre pays par la création des emplois et amélioreront, de ce fait, les conditions de vie dans nos villes* »<sup>36</sup>. On est là en présence d'un discours faisant des TIC un facteur de développement socioéconomique, sinon le facteur déterminant, ou même exclusif.

Dans cette relation concernant le transfert des technologies, ce sont plusieurs types d'acteurs qui sont en jeu. Alain Kiyindou en évoque quatre, à savoir les « *industries culturelles, les décideurs politiques, les associations chargées de promouvoir ces technologies, les*

---

<sup>36</sup> Cf. *Congo-Site Portail*, « Le Congo se dote d'infrastructures de base en matière de technologies de l'information » [en ligne] : [http://www.congo-site.com/Le-Congo-se-dote-d-infrastructures-de-base-en-matiere-de-technologies-de-l-information\\_a7019.html](http://www.congo-site.com/Le-Congo-se-dote-d-infrastructures-de-base-en-matiere-de-technologies-de-l-information_a7019.html) (consulté le 19/05/2010).

*utilisateurs selon leurs niveaux et leurs intérêts* » (Kiyindou, 2010 : 14). Au niveau des industries culturelles, ce sont également plusieurs secteurs qui sont impliqués : industries de l'informatique et centres de traitement de données, industries des contenus (médias, producteurs vidéos) et des services (réseaux socio-numériques, commerce électronique), industries des télécommunications, et même compagnies de production d'énergie pour alimenter les appareils électroniques (Schafer, Le Crosnier, 2011) ; c'est donc toute une gouvernance mondiale qui se réalise autour des TIC (Schafer, 2012). Mais, en réalité, les associations chargées de promouvoir les TIC (que nous abrégeons ici sous le sigle d'APTIC – associations de promotion des TIC) et les Industries culturelles et communicationnelles (ICC)<sup>37</sup> ne constituent qu'un seul bloc. Les APTIC ne semblent assurer qu'un service de marketing au profit des ICC, pour lesquelles elles se présentent parfois comme de véritables VRP (Vendeurs, représentants et placiers) en assurant la vente de leurs produits auprès des décideurs politiques et des utilisateurs. À leur tour, ces derniers ne forment, eux aussi, qu'un même bloc, celui des consommateurs des produits des ICC. Ce qui, au final, nous donne deux types d'acteurs principaux : les producteurs-promoteurs et les décideurs-consommateurs. C'est dire que le transfert des technologies met en jeu plusieurs acteurs aux intérêts parfois divergents.

Des études sur le sujet mettent en effet en lumière cette divergence d'intérêts entre les différents acteurs impliqués dans la problématique du déploiement des TIC. Étudiant la promotion du multimédia dans le monde associatif africain, Évariste Dakouré affirme que la promotion des TIC au Burkina Faso place les acteurs associatifs de cette promotion au centre d'intérêts multiples qui les opposent non seulement aux acteurs du secteur privé mais aussi à ceux du secteur public : *« D'une part, elles [les associations] sont confrontées à des cybercafés privés qui leur reprochent une concurrence "déloyale", du fait qu'elles bénéficient d'aides. D'autre part, elles font face à des fournisseurs d'accès à Internet ou à des opérateurs de téléphonie qui refusent de leur faire certains tarifs préférentiels qu'elles demandent, parce qu'elles offrent des services marchands »* (Dacouré, 2011). Au Congo, les mêmes divergences d'intérêts semblent apparaître entre les acteurs privés et ceux du monde associatif, les premiers s'inscrivant dans une logique marchande, tandis que les seconds prétendent

---

<sup>37</sup> À propos du terme d'industries culturelles, nous adoptons ici la classification faite par Philippe Bouquillion (2008), qui établit une distinction entre les industries culturelles *stricto sensu*, comprenant essentiellement les filières du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique enregistrée, du livre, de la presse et de l'information, et les industries de la communication, formées par les télécommunications et les activités de réseaux, les industries du logiciel et du web, celles des matériels grand public destinés à l'information, au divertissement et à la communication.

poursuivre un but non lucratif. Cette distinction est censée s'opérer au travers des stratégies de promotion mobilisées par les uns et les autres, les acteurs privés misant sur la création des cybercafés qui poursuivent un but « *purement commercial* », alors que les acteurs associatifs s'orientent sur l'implantation des télécentres fournissant « *des services à la communauté à des coûts modestes* » (Niombo Ngouémé, 2008 : 200). En effet, le *Réseau des Télécentres Communautaires du Congo* se fixerait comme but général de contribuer à la vulgarisation des TIC en facilitant, entre autres, leur accès à des couches sociales dites « *marginalisées* », en particulier les filles, les femmes, les personnes analphabètes et handicapées<sup>38</sup>. Un débat s'est d'ailleurs engagé au niveau du *Réseau international des télécentres communautaires*, sur la question « *Les Cybers Cafés deviennent-ils une menace pour les télécentres communautaires?* »<sup>39</sup>. Ce qui est bien révélateur de ces multiples enjeux opposant entre eux les différents acteurs impliqués dans la promotion des TIC.

Quoi qu'il en soit, les experts en matière de diffusion des TIC auraient insufflé une nouvelle jeunesse à la conception diffusionniste du développement, comme le fait observer Armand Mattelart (2003). Pis, la frontière discursive entre les deux types d'acteurs est tellement floue qu'il y a lieu de se demander si les discours du second groupe d'acteurs ne servent pas simplement de relai à ceux du premier. Même si les discours et les stratégies des producteurs-promoteurs et des décideurs-consommateurs « *sont multiples et pas nécessairement convergents [...], un fil directeur relie un grand nombre d'entre eux, en particulier les rapports ou les plans d'action publics qui prolongent eux-mêmes certains discours managériaux* » (Bouquillion, Matthews, 2010 : 11). C'est ce que confirme Évariste Dakouré dans le cas du Burkina Faso, lorsqu'il soutient que les « *acteurs associatifs burkinabé répercutent, sur le plan national, les discours d'accompagnement du multimédia qui sont tenus par leurs partenaires issus des pays riches et des organisations intergouvernementales* » (Dakouré, 2011). L'adhésion des acteurs associatifs locaux aux discours des acteurs internationaux serait ici motivée par la volonté de pouvoir « *bénéficier de financements de projets multimédias, visant à rendre ces dispositifs accessibles aux Burkinabé à bas revenus* », précise le jeune chercheur burkinabé (Dakouré, 2011). Dans ce cas, il conviendrait même de parler d'un « *réseau social* » de promoteurs des TIC, le « *réseau social* » étant compris ici comme « *un ensemble d'unités sociales et des relations que ces*

---

<sup>38</sup> Cf. *Télécentres Congo* [en ligne] : <http://www.telecentrescongo.org/index.php?z=2> (consulté le 13/04/2012).

<sup>39</sup> Cf. *Télécentre.org* [en ligne] : <http://telecentre-collectivite.ning.com/forum/topics/les-cybers-cafes-deviennent> (consulté le 13/04/2012).

*unités sociales entretiennent les unes avec les autres, directement, ou individuellement à travers les chaînes de longueurs variables* » (Mercklé, 2011 : 4). Et les *unités sociales* représenteraient autant les différents types d'acteurs impliqués dans la production des TIC que ceux engagés dans la promotion de leur usage, tous étant engagés dans des interactions relatives à la promotion de l'idéologie de la « *société de l'information* ».

Par ailleurs, les interactions entre ces différentes *unités sociales* se traduiraient, entre autres, par un lobbying exercé par les ICC (toutes situées dans les pays dits « *développés* ») à l'endroit des décideurs politiques des pays dits « *en voie de développement* ». Armand Mattelart (2009) souligne bien cet aspect, lorsqu'il évoque le lobbying des firmes transnationales, telles que Microsoft qui, depuis 1998, chaque année, convoque à Seattle (États-Unis) des hauts fonctionnaires à un sommet dont l'objectif serait de « *convaincre, démonstration à l'appui, les autorités publiques, plus spécialement les pays en voie de développement, des bienfaits de la numérisation pour l'économie et les citoyens* » (Mattelart A., 2009 : 83). C'est bien ce lobbying qui structurerait la nature des échanges entre les producteurs-promoteurs des TIC et les décideurs-consommateurs des pays dits « *en voie de développement* », ces changes étant essentiellement centrés sur le transfert des « *nouvelles* » technologies du « *Nord* » vers le « *Sud* ». Ce qui se traduit, au niveau de la société congolaise, par la signature des protocoles d'accord entre les firmes transnationales et le gouvernement congolais, comme nous l'avons déjà évoqué au premier chapitre. Ces échanges s'appuient donc sur cette « *vision technocentrique et néolibérale* » partagée par l'ensemble des pays dits « *développés* » et des organismes internationaux, et faisant des révolutions technologiques le moteur du développement (Lafrance, 2009). L'acquisition et l'usage des TIC par les pays dits « *en voie de développement* » est alors envisagée comme une voie incontournable pour leur évolution, c'est-à-dire pour entrer dans le concert des nations « *modernes* », d'autant plus que, dans les différents discours apologistes, la « *société de l'information* » est « *promue paradigme dominant du changement social et caution d'un monde "plus solidaire, transparent, libre, égalitaire"* » (Mattelart A., 2009 : 3).

En fait, ce lobbying pourrait participer de ce que Herbert I. Schiller appelait déjà en 1976, « *l'impérialisme culturel* », c'est-à-dire « *la somme des processus par lesquels une société est introduite au sein du système moderne mondial et la manière dont sa couche dirigeante est amenée, par la fascination, la pression, la force ou la corruption, à modeler les institutions sociales pour qu'elles correspondent aux valeurs et aux structures du centre dominant du*

*système ou à s'en faire le promoteur* » (Schiller, 1976 : 6). Ce qui signifie que les actuels promoteurs de la « *société de l'information* » ne constitueraient qu'une figure nouvelle des chantres de la *théorie de la modernisation*, du moins dans la perspective où elle fut développée, à partir de 1958, par le chercheur américain Daniel Lerner, avec la publication de son ouvrage *The Passing of Traditional Society, Modernizing the Middle East*. Dans cet ouvrage, Daniel Lerner étudie le rapide mouvement de décomposition des « *sociétés traditionnelles* » qu'il pense à l'œuvre au Moyen-Orient, et partant dans l'ensemble du « *Tiers Monde* », en passe de devenir des « *sociétés modernes* », bâties à l'image des sociétés occidentales. Et, au centre de ce mouvement, l'auteur place les médias de masse, notamment la télévision et le cinéma grâce auxquels les populations des « *sociétés traditionnelles* » sont attirées par le nouveau mode de vie déployé sous leurs yeux ; ce qui aiguise et oriente leur envie de changement, donc d'accéder à la société « *moderne* » (Mattelart T., 2002). C'est donc dans le sillage d'une *théorie de la modernisation*, catapultant « *l'impérialisme culturel* » à travers la diffusion des TIC, que pourraient bien être inscrits les discours de promotion de la « *société de l'information* » envers et au sein des « *pays en voie de développement* ». Les dispositifs techniques ne sont pas en effet neutres pour ceux qui les utilisent, et « *adopter un outil, c'est adopter une méthode et dans une certaine mesure, une manière de penser et de voir les choses* » (Kiyindou, 2009c : 5). Aussi le transfert des technologies participerait-il de ce processus d'« *d'occidentalisation du monde* » évoqué par Alain Kiyindou (2009c), d'autant plus que les technologies en question sont toutes produites en Occident. Dans ce sens, la promotion de la « *société de l'information* » ne serait qu'un procès (parmi tant d'autres) de légitimation des normes, des modes d'organisation et des valeurs de modernité à « *l'occidentale* ».

#### **4.4.1. Un procès d'expansion du capitalisme économique**

Au-delà de cet aspect d'« *occidentalisation du monde* » – qui pourrait paraître purement idéologique (Cabedoche, 2009) –, ce sont surtout des questions économiques et financières qui sont en jeu dans les échanges entre les différentes *unités sociales* susmentionnées, car la « *société de l'information* » est « *un nouveau lieu d'investissement où s'exerce le pouvoir économique* » (Kiyindou, 2009c : 10). En effet, selon Philippe Bouquillion, les ICC présentent une double nature, en ce sens que, « *d'un côté, elles constituent un ensemble d'industries et, de l'autre, il s'agit d'activités d'une importance sociale considérable, tant pour la vie des*

*ménages (loisirs, information, communication, etc.), que pour l'espace politique et pour la sphère économique »* (Bouquillion, 2008 : 30). L'intervention de la sphère économique conduit donc à voir dans le lobbying des firmes transnationales, une stratégie d'élargissement des parts de marché, les pays dits « *en voie de développement* » constituant de véritables niches de consommateurs des TIC encore faiblement exploitées, dans la mesure où ces pays sont appelés à rattraper leur « *retard* » en la matière. Appuyé sur l'argumentation idéologique de la réduction de la « *fracture numérique* », ce lobbying participe de ce « *phénomène inhérent au capitalisme* », celui de la « *nécessité pour la sphère marchande de trouver sans cesse de nouveaux espaces de valorisation des capitaux* » (Bouquillion, 2008 : 10). La théorie du transfert des technologies s'inscrit bien dans cette stratégie de valorisation des capitaux puisque qu'elle concourt à la création de nouveaux marchés sur lesquels les acteurs industriels, « *soumis à la "gouvernance financière"* », sont susceptibles d'engranger des bénéfices afin de répondre à l'impératif d'une *financiarisation* s'accompagnant « *d'exigences de rentabilité financière croissante de la part des actionnaires financiers qui souhaitent que les taux de rendement des capitaux investis soient les plus élevés possibles* » (Bouquillion, 2008 : 16). La *financiarisation*, selon Philippe Bouquillion (2008), dont nous suivons la perspective ici, renvoie au fait que les activités des industries médiatiques sont financées par des actionnaires financiers. En contrepartie, les acteurs médiatiques sont soumis à la « *gouvernance financière* », pour rentabiliser les investissements financiers qui leur sont consentis. Les acteurs médiatiques sont ainsi obligés d'adapter leurs « *activités, dont les choix éditoriaux* », aux « *exigences de rentabilité croissante de la part des actionnaires financiers qui souhaitent que les taux de rendement des capitaux investis soient les plus élevés possibles* » (Bouquillion, 2008 : 15-16) et immédiats.

La *financiarisation* ne concerne pas seulement les industries médiatiques mais l'ensemble des ICC, d'autant plus que ce phénomène a induit des logiques de *concentration* industrielle (nous y reviendrons dans la seconde partie de notre recherche) qui président au fonctionnement actuel des ICC (Bouquillion, Combès, 2007). Et la recherche de nouveaux partenaires commerciaux (les décideurs politiques et autres leaders d'opinion), capables d'influer sur l'adoption des TIC dans les pratiques ordinaires, ne serait rien d'autre qu'une stratégie de marketing commercial. Une entreprise à but lucratif (comme le sont les ICC) ne produit-elle pas pour vendre et faire des bénéfices ? On serait donc en présence d'une stratégie d'exploration et d'exploitation de nouveaux marchés pour la « *nouvelle économie* », telle que nous l'avons définie au deuxième chapitre de cette partie. Cela s'observe déjà au niveau de la

société congolaise, où une rude bataille semble s'engager entre les différents FAI présents dans ce pays. En effet, avec l'arrivée de la fibre optique, certains FAI s'inquiéteraient déjà sur la future répartition des parts de marché dans ce secteur : « *Ils s'interrogent. Les grands joueront-ils le jeu du dégroupage ? L'accès aux points d'échange internet sera-t-il garanti ? MTN Group, principal membre du consortium Wacs, ne risque-t-il pas d'offrir à sa filiale MTN Congo des tarifs préférentiels ?* »<sup>40</sup>. Autant dire que la course à la *couverture numérique* du territoire congolais tiendrait plus des préoccupations économiques et financières des acteurs industriels que du souci d'amélioration des conditions sociales des usagers-consommateurs qui, par ailleurs, ne sont pas toujours impliqués dans la mise en œuvre de ces projets.

C'est ce positionnement (à la fois théorique et pratique) de certains acteurs économiques et/ou politiques qui expliquerait le constat d'une approche technocentriste du développement des entreprises de presse au niveau de la société congolaise. Cette posture est bien révélatrice d'une croyance aux vertus prométhéennes des dispositifs techniques. Bien qu'il se soit toujours dégagé « *deux catégories d'opinion radicalement opposées* » dans les imaginaires construits autour des TIC, l'une vantant leurs bénéfices pour l'organisation sociétale, l'autre s'alarmant plutôt sur leurs méfaits sur la vie des populations (Coutant, 2012 : 18-19), c'est bien l'idée d'un « *technodéterminisme* » percevant dans les innovations technologiques le facteur déterminant de toute évolution sociale (Miège, 2007) qui est derrière la promotion de cette notion de « *société de l'information* ». Le dénominateur commun à ces « *deux catégories d'opinion* » réside surtout dans leur référence aux *a priori* relatifs au potentiel des TIC (Courant, 2012). En effet, « *L'expression même de révolution numérique [qui est associée aux TIC] suggère que l'ensemble des transformations économiques, culturelles mais aussi sociales et politiques sont suscitées par les transformations technologiques et, en particulier, par l'essor des technologies numériques d'information et de communication* » (Bouquillion, 2008 : 9). Ce qui signifierait que seule, l'introduction des TIC dans les activités de collecte, de traitement et de diffusion de l'information de presse serait en droit d'orienter le(s) changement(s) que l'on est peut ou devrait observer dans ce secteur d'activité. Pourtant la réalité montre autre chose, comme nous le verrons dans la seconde partie de notre recherche. D'où la nécessité de s'orienter sur une autre perspective, celle de la distance critique aussi

---

<sup>40</sup> DEVEY Muriel, « Congo : virage négocié vers le tout-numérique », in *Jeune Afrique* [en ligne] : <http://economie.jeuneafrique.com/regions/afrique-subsaaharienne/12370-congo-virage-negocie-vers-le-tout-numerique.html> (consulté le 31/08/2012).



bien vis-à-vis du « *technicisme* » que devant le « *sociologisme* », ce dernier consistant à « *considérer les techniques comme neutres et en attente d'appropriation par des logiques sociales* » (Coutant, 2012 : 19). Il s'agit pour nous de repenser les TIC à travers des logiques sociales déjà en cours dans les différentes organisations où l'on voudrait introduire leur usage, afin d'éviter le piège du double déterminisme technologique et social (Jouët, 1987).

## **4.5. Une approche de l'usage des TIC à travers les logiques sociales de la communication**

### **4.5.1. La nécessité d'une déconstruction du discours technocentriste**

Au-delà du discours et de l'action promotionnels sur la « *société de l'information* », il s'agit de voir comment, à l'intérieur de chaque champ social, les usagers s'approprient les TIC et comment leurs pratiques sociales et/ou professionnelles pourraient s'en trouver reconfigurées ou pas. Dès lors, il apparaît important de déconstruire le discours technocentriste, en repartant « *de l'observation des usages réels, des pratiques sociales les plus ordinaires* » et, à partir de là, « *repenser plus globalement le rôle des nouvelles technologies dans la société de l'information [...], et dans le monde journalistique* » (Lits, 2003 : 2). Ce qui justifie donc la nécessité d'orienter la réflexion sur les logiques sociales inhérentes à chaque environnement sur lequel l'émergence des TIC pourrait avoir une quelconque influence, supposée ou réelle. En ce qui nous concerne, il s'agit de partir de l'observation des pratiques journalistiques en cours dans la presse congolaise, pour voir comment l'appropriation des TIC par les acteurs de ce champ social reconfigure ou pas ces pratiques. En d'autres termes, il est question de voir si l'usage des TIC, particulièrement d'Internet, dans les activités de collecte et de traitement de l'information apporte une nouvelle façon de couvrir et de traiter l'actualité au niveau de la presse congolaise. Observe-t-on des transformations dans le choix des sujets ou des événements à médiatiser, ainsi que dans les sources à mobiliser ? Existe-t-il des modalités de traitement de l'actualité spécifiquement liées à l'usage d'Internet ? L'informatisation des tâches induit-elle une réorganisation dans la division du travail au niveau de chaque entreprise de presse ?

Toutes ces questions, qui renvoient à l'impact réel ou supposé des TIC dans l'évolution des pratiques journalistiques congolaises, ne peuvent être traitées dans ce paradigme

technocentriste prônant le primat de la technique sur le social. On ne peut en effet évacuer le social, qui est tout aussi déterminant que la technique, dans la compréhension d'un phénomène aussi complexe que la presse, celle-ci étant un lieu de construction sociale de sens (un aspect important que nous développerons un peu plus loin). Et, en tant que telle, la presse apparaît souvent comme une mise en scène d'acteurs appartenant à des champs sociaux divers. Aussi les activités journalistiques sont-elles révélatrices de nombreux enjeux (économiques, politiques, culturels, sociaux) qui se présentent souvent comme l'expression d'un rapport de forces entre différents acteurs sociaux aux intérêts différents, voire divergents. C'est dans ces enjeux que vient s'intégrer l'usage des TIC. Et l'on ne peut cerner l'articulation entre la technologie et ces enjeux sociétaux que dans une approche autre que celle technocentriste. D'où notre inscription dans cette perspective que Josiane Jouët (2000) appelle la problématique de la double médiation de la technique et du social comme cadre d'analyse des usages des TIC. Il s'agit de prendre en compte autant les caractéristiques potentielles des technologies que les spécificités des situations des organisations sociales (Gollac (dir.), 2003), pour mieux appréhender l'appropriation professionnelle des TIC dans les entreprises de presse. Ce qui nous conduit à la mobilisation de l'approche info-communicationnelle des techniques.

#### **4.5.2. La notion d'ancrage social des techniques**

Nous mobilisons l'approche info-communicationnelle sous l'angle de la notion d'*ancrage social des techniques*, telle qu'elle a été développée par Bernard Miège. Cette approche consiste ici à « *replacer les objets et produits nouveaux dans l'évolution des structures de médiation et des pratiques informationnelles et culturelles* » (Miège, 1997 : 162). En effet, dans la majorité des milieux sociaux et professionnels où elles s'insèrent, les techniques « *"accompagnent des mouvements en cours", contribuant progressivement à les renforcer ou à les accélérer, mais plus exceptionnellement à les amplifier brutalement dans des directions imprévues* » (Miège, 1997 : 169). Et les techniques dont il est question ici, ce sont bien sûr les TIC, qui sont envisagées dans le cadre de la médiatisation de la communication et que nous désignons, à la suite de Bernard Miège, comme des « *dispositifs techniques qui s'interposent entre protagonistes dans les échanges sociaux, soit comme "prothèses" (suppléant plus ou moins au face-à-face), soit comme facilitateurs ou accélérateurs du rythme des échanges* » (Miège, 1997 : 143). Ce sont ces dispositifs techniques, porteurs des discours

prescriptifs, qui accompagnent des mouvements en cours dans les milieux socioprofessionnels où ils peuvent être introduits. Ce mouvement d'accompagnement caractérise ce que Bernard Miège appelle l'*ancrage social des techniques*, c'est-à-dire l'articulation entre les « *déterminations techniques* » et les « *modèles d'organisation et des logiques sociales de la communication qui concourent à leur avancée* » (Miège, 2007 : 14). Et la presse écrite figure au nombre de ces champs sociaux de la communication, où l'usage des TIC est en train d'accompagner des modèles d'organisation et des logiques professionnelles déjà en cours. À ce niveau, les tendances générales des modèles d'organisation que les TIC accompagnent s'orientent plutôt vers un renforcement de lien entre les médias et leurs publics.

En effet, selon Bernard Miège (2007), l'émergence des TIC s'ancre dans un mouvement social marqué par une circulation croissante du flux informationnel, qu'il appelle le *procès d'informationnalisation*. Et le *procès* est défini par cet auteur comme « *un mouvement de la société bien identifié, en cours, fait de mutations et de changements divers, et autour duquel, dans le temps long, s'affrontent et se confrontent les stratégies des acteurs sociaux concernés* » (Miège, 2007 : 18). Un *procès* est donc une logique sociale de la communication inhérente à un environnement social, dont elle imprègne le fonctionnement. Dans ce contexte, l'appropriation des TIC par les publics s'accompagne d'une « *médiation technique* » accrue des échanges dans l'*espace public*, ce dernier étant compris ici dans sa double dimension d'espace public fondé en raison et d'espace public fondé sur l'expérience : la première dimension a trait à une sphère de discussion où l'on étale des preuves, des convictions, des croyances, et où l'on expose une argumentation, alors que la seconde se réfère plutôt à un espace d'expression des émotions et du témoignage, ainsi qu'à l'exhibition de l'expérience et la valorisation de la monstration, pour paraphraser Dominique Mehl (1996). C'est dans cette double dimension qui, par ailleurs, caractérise son évolution et le révèle comme un espace « *de débats contradictoires où les stratégies des élus, des journalistes, des sondeurs, des responsables associatifs [mais aussi des individus ordinaires] se croisent, se contrarient, en mêlant raison et émotion, faits et interprétations, désirs de révéler et de proposer* » (Dacheux, 2012 : 12) que la notion d'*espace public* est appréhendée ici.

Cette double dimension renvoie autant à la diversification qu'à la fragmentation de l'*espace public* que l'on constate dans les sociétés contemporaines, au « *point sans doute de devoir écrire maintenant espace public au pluriel* » (Miège, 2010 : 209). Car, défini comme « *une logique sociale de la communication* » (Miège, 2004 : 127), l'*espace public* connaît

aujourd'hui plusieurs configurations liées aux différentes déterminations structurelles et sociétales, notamment avec des mouvements d'aspiration à la liberté d'expression et à la diversité d'opinions, couplés avec l'émergence des TIC qui, ces dernières, ouvrent de « *nouvelles possibilités* » communicationnelles aux publics, telles que l'interactivité, la réactivité et l'auto-production de l'information (Miège, 2010). À chaque logique sociale de la communication correspondrait ainsi un type d'espace public particulier, de l'espace public politique à l'espace public sociétal, en passant par l'espace public médiatique, etc., sans pour autant être exclusifs les uns des autres. Les opportunités offertes par les TIC, plus précisément par Internet, accompagneraient ainsi la liberté d'expression et d'opinions qui, « *mêlant normes publiques et privées* » (Miège, 2010 : 8), structure ces différents « *espaces publics* » et sous-tend l'idéal démocratique sur lequel se serait réalisée la professionnalisation des pratiques journalistiques (Mathien, 2007). Comme nous l'avons déjà précisé plus haut, Internet est défini ici comme un dispositif dont l'association de nombreuses techniques issues des disciplines différentes permet la numérisation des signaux, la compression des données, leur multimodalisation et leur transport par des réseaux techniques à bas ou à haut débit. Ce qui permet à tout individu ou à un collectif d'individus de pouvoir publiciser ses idées et/ou ses expériences, sans recourir aux intermédiaires que sont les médias dits « *traditionnels* », comme l'affirme Pierre Levy (Jauréguiberry, Proulx, 2002) et que Bernard Miège a traduit par la référence au modèle dit des *relations publiques généralisées*, renvoyant à une production d'informations de plus en plus hors des médias traditionnels. C'est dire que les TIC ne feraient qu'accompagner un mouvement social déjà en cours dans l'*espace public* (ou les espaces publics), bien avant leur émergence.

#### **4.5.3. Le champ social plutôt que l'espace public**

Pour mieux appréhender le phénomène particulier qu'est la presse congolaise, nous préférons, dans notre recherche, convoquer la notion de *champ social*, à celle d'*espace public*. Ce choix se justifie par le caractère normatif que revêt la notion d'*espace public* dans l'histoire de sa conceptualisation. En effet, le concept d'*espace public* est tellement chargé de normativité qu'on l'applique généralement aux seuls régimes politiques identifiés comme démocratiques (Miège, 2010 : 36) ; il « *fait à la fois référence à un processus historique concret (la lente séparation entre l'État et la société civile), mais aussi à une théorie particulière de ce que doit être, dans l'idéal, une démocratie (un espace de délibération rationnelle)* » (Coutant

(dir.), 2012 : 163-164). D'après le philosophe allemand Jürgen Habermas, *l'espace public* renvoie à un « *processus au cours duquel le public constitué par les individus faisant usage de leur raison s'approprie la sphère publique contrôlée par l'autorité et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'État* » (Habermas, 1978 : 61). Il s'agit donc d'une action communicationnelle concernant un ensemble de citoyens qui, évoluant en dehors de la sphère du pouvoir de l'État, discutent de problèmes d'intérêt commun. C'est une forme d'expression qui serait née au 18<sup>ème</sup> siècle, avec l'appui des imprimés (livres et périodiques), au sein de la bourgeoisie occidentale. En effet, face à des pouvoirs politiques marqués par l'absolutisme, des « *espaces publics bourgeois interviennent comme contrepoids aux pouvoirs absolutistes* », constituant et exigeant ainsi « *une publicité (Öffentlichkeit), qui permette que l'information sur le fonctionnement de l'État circule et puisse être examinée et critiquée par l'opinion publique* » (Ollivier, 2007 : 129). *L'espace public* renvoie donc à l'existence d'une société démocratique dont l'édification exige effectivement une transparence de la vie publique/institutionnelle, puisque l'idée même de démocratie suppose l'existence d'un débat d'idées, de conceptions, de projets, de personnalités (Charon, 2007). Seule, cette transparence publique/institutionnelle peut rendre possible la *publicité*, c'est-à-dire « *l'accès à une information ouverte sur les questions qui concernent la collectivité* » (Ollivier, 2007 : 129). L'accès à l'information et l'existence de débats contradictoires autour des questions d'intérêt général seraient des éléments constitutifs de *l'espace public* dans sa normativité conceptuelle.

Certes, depuis les années 1990, le Congo est entré dans une phase de démocratisation de la vie sociopolitique, mais « *la complexité du système social congolais* » (Bazenguissa-Ganga, 1997 : 6) ne nous permet pas une identification claire et nette de ce que l'on pourrait considérer comme des modalités diversifiées d'une action communicationnelle devant donner lieu à la formation d'un *espace public*. En d'autres termes, il n'est pas facile d'identifier localement des actions communicationnelles qui soient réellement indépendantes de l'espace de l'action gouvernementale. Ce constat est d'ailleurs ressorti de nos entretiens sur le terrain. En effet, plusieurs professionnels de la presse que nous avons interrogés mettent en cause l'existence d'un espace de discussions qui soit totalement indépendant de la sphère gouvernementale. Car, même au niveau de ce que l'on pourrait appeler la « *société civile* », il existerait toujours un soupçon de connivence idéologique et/ou financière avec les gouvernants, comme le soutient un directeur de publication : « *Le problème, c'est qu'effectivement, comme vous le dites, tout le monde a appris à suivre l'activité*

*gouvernementale, parce que c'est un peu le gouvernement qui fait l'information [...] aujourd'hui ; la plupart des ONG ont toujours une main tendue vers les pouvoirs publics »<sup>41</sup>.*

Tout est donc orienté et organisé autour de l'espace gouvernemental qui, s'octroyant le monopole de la « vérité » sur l'ensemble du fonctionnement de la société, ne semble pas avoir autorisé la circulation d'opinions contraires aux siennes.

La difficulté est d'autant plus grande que tous les journaux ou presque sont par ailleurs tenus par des fonctionnaires d'État ou par des hommes politiques au pouvoir. En effet, sur onze journaux privés que nous avons interrogés, quatre titres seulement échappent à la propriété juridique des fonctionnaires et/ou des hommes politiques : deux sont clairement reconnus comme propriété d'hommes d'Églises, et les deux autres appartiendraient à des acteurs économiques. Et parmi les sept autres titres, il y en a un dont la propriété juridique s'est révélée très ambiguë, tant les affirmations à ce sujet ont été contradictoires, les animateurs du journal affirmant eux-mêmes que l'entreprise appartient à un acteur économique étranger, alors que tous ses concurrents soutiennent qu'elle serait la propriété d'hommes politiques au pouvoir. L'appartenance des titres de presse à des fonctionnaires d'État influe sur leur orientation éditoriale, qui ne serait que le reflet de différents positionnements idéologiques et/ou professionnels dictés par les hommes au pouvoir, comme nous l'a confié un membre de l'*Observatoire congolais des médias* :

On fait des comptes rendus d'un événement, et puis on s'en tient là [...]. Et ceux qui prennent le large dans un certain sens sont poussés par des hommes politiques. Parce que, même dans le PCT [Parti congolais du travail, le parti au pouvoir], il y a des tendances. Alors, c'est telle tendance qui peut, disons, pousser tel machin de se prononcer contre untel, faire un machin contre untel. Il y a des éléments ambitieux. En fait, c'est des règlements des comptes [sic]<sup>42</sup>.

Certains journalistes, évoluant dans des organes de presse privés mais créés par des acteurs politiques pour la promotion de l'action gouvernementale, reconnaissent eux-mêmes cette difficulté de prise de distance vis-à-vis de l'action gouvernementale, en raison de leur double statut de hauts fonctionnaires d'État et d'animateurs de journaux privés. Un membre de cette catégorie de journalistes nous a confié : « *Nous sommes tous fonctionnaires et, tous, des responsables quelque part [...]. Moi je suis l'attaché de presse du premier-vice président de*

---

<sup>41</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>42</sup> Entretien réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

*l'Assemblée [nationale] »<sup>43</sup>. Ce dernier nous a précisé que le journal au sein duquel il évolue est un organe de presse privé créé par un homme du pouvoir ayant « pris la décision de rassembler quelques grands journalistes », pour « rendre visibles les réalisations du président de la République et soigner son image »<sup>44</sup>.*

Pourtant l'exercice cumulatif des fonctions de journaliste dans le public et dans le privé constituerait une violation flagrante du cadre juridique régissant le métier de journaliste dans la société congolaise. En effet, en son article 119, la *loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication* stipule clairement : « *Tout journaliste, relevant du secteur public des médias et désireux de créer une entreprise de presse dans le domaine audiovisuel ou celui de la presse écrite ou d'exercer une activité similaire à celle pour laquelle il est employé dans un organe public d'information et de communication, doit, au préalable, demander sa mise en disponibilité* ». Ce qui ne semble pas le cas ici, puisque ces journalistes exercent cumulativement leurs fonctions et dans le public et dans le privé. Du coup, la neutralité du titre de presse devient sujette à caution, d'autant plus que cette situation inscrit son orientation éditoriale dans le jeu politique de la mouvance gouvernementale, aucun journaliste ne pouvant être porté à exprimer des « *choses capables de bouleverser l'ordre établi* », s'il est « *sur un strapontin, ou sur un siège éjectable* » (Bourdieu, 2000 : 77) auquel il tient. D'où la prédominance du *pseudonymat* dans de nombreux journaux congolais, cette pratique étant justifiée par les journalistes eux-mêmes comme une tactique de brouillage identitaire, à la fois pour préserver leurs postes et pour échapper à d'éventuelles menaces pouvant venir de la sphère gouvernementale. Même *La Semaine Africaine*, un journal privé et censé être indépendant, connaîtrait le même verrouillage politique, pour la simple raison que l'Église Catholique, qui en est la propriétaire, bénéficierait aussi de quelques générosités financières et/ou matérielles de la part du gouvernement dans certaines de ses réalisations, telles que l'entretien des églises et autres édifices, ainsi que dans l'organisation de grands événements : « *Si [la basilique] Sainte Anne a été [re]construite avec les frais de l'État, s'il y a des améliorations à l'archevêché, s'il y a pas mal de petits machins ! Et les gens vous disent : "Mais oui, eh, le pouvoir aussi vous aide !". Et à qui on le dit ? On le dit à des gens qui sont esseulés, qui ne sont pas gardés, et ils ont peur. Donc, il y a ce phénomène-là* »<sup>45</sup>,

---

<sup>43</sup> Entretien réalisé le 19/07/2011, à Brazzaville.

<sup>44</sup> *Id.*

<sup>45</sup> Entretien avec un membre de l'*Observatoire congolais des médias*, réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

nous a confié un ancien dirigeant de ce journal. Ce qui semble bien limiter la marge de manœuvre dans sa liberté de ton.

On peut donc aisément comprendre que, dans un tel contexte, l'espace médiatique semble inféodé à l'espace gouvernemental. Car, quel que soit son professionnalisme ou son courage, il n'est pas toujours évident pour un journaliste se retrouvant dans une telle position de pouvoir prendre ses distances, c'est-à-dire de dire des choses capables « *de bouleverser l'ordre établi* » lorsqu'il est sur un strapontin ou sur un siège éjectable, d'autant plus que le pouvoir politique qu'exerce la sphère gouvernementale a pour fonction d'imposer une vision de la société dont les acteurs entendent bien maintenir l'ordre (Bourdieu, 2000). Or, l'*espace public* est, dans sa normativité conceptuelle, censé être un espace autonome, indépendant vis-à-vis de la sphère gouvernementale, comme nous l'avons signalé plus haut. Par ailleurs, l'aspect de la *publicité* apparaît également hypothétique dans le cas congolais, dans la mesure où l'information publique/institutionnelle reste verrouillée par les autorités gouvernementales qui, comme nous l'a confié un des journalistes interrogés, livrent « *souvent une information politique ou politisée, à la place d'une information, comme on le dit, qui est peut-être d'ordre social* »<sup>46</sup>. L'*espace public médiatique* (Miège, 2010) semble être « *verrouillé* » par la sphère de l'action politique, et cela a été bien confirmé dans notre enquête.

La normativité conceptuelle de l'*espace public* ne nous fait pas du tout oublier les mutations connues par cette notion ces derniers temps, comme le fait observer Bernard Miège (2010) dans son livre *L'espace public contemporain*. En effet, parmi les observations faites par cet auteur à la fin de son ouvrage, il y a le fait que l'*espace public* est une logique sociale de la communication, dont le développement est lié aux structurations sociales. Comme tel, il résulte d'actions de communication engagées dans un réseau de « *contraintes structurelles et de limites* » qui lui sont imposées. Au rang de ces « *contraintes structurelles* », Bernard Miège mentionne celles opposées par l'absence de liberté d'expression, d'association, etc., le contrôle politique étroit mais aussi la diversification sociale et culturelle, l'ouverture culturelle. Autant dire que le contrôle politique, que l'on pourrait observer à travers la posture professionnelle de ces journalistes évoluant à la fois dans des institutions publiques et dans des journaux privés, ne pourrait exclure l'éventualité d'existence d'un *espace public* formé par la presse congolaise. Bien au contraire, ce contrôle politique donnerait plutôt lieu à

---

<sup>46</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.



l'émergence d'une forme particulière d'*espace public médiatique*, résultant de ce rapport de forces entre les exigences du métier de journaliste (déontologie, éthique, etc.) et les positionnements idéologiques des acteurs de la presse. Mais ce qui pose problème, c'est le fait que des professionnels de la presse eux-mêmes sont conscients du « *verrouillage* » de leur profession par les pouvoirs publics. Dans ce contexte, l'*espace public médiatique* serait bien loin de constituer un espace indépendant vis-à-vis de la sphère gouvernementale. La liberté d'expression que l'on observe dans la presse congolaise ne servirait que de simple « *faire-valoir* » pour les différents acteurs politiques, qui feraient ainsi appel aux médias dans le seul souci de promouvoir leurs propres discours. Ce qui fait que l'autonomie d'un éventuel espace public médiatique congolais reste toujours sujette à caution, puisque que « *c'est un peu le gouvernement qui fait l'information* », et les organisations de la société civile, quant à elles, semblent devoir leur propre survie financière à la générosité des acteurs de la sphère gouvernementale, comme nous l'a confié un directeur de publication :

À quel niveau sont-ils eux-mêmes [les animateurs des organisations non gouvernementales] indépendants des pouvoirs publics, lorsqu'on sait que pour organiser un point de presse, on est parfois obligé de s'agripper à la manche d'un membre du gouvernement, ou d'un député, ou d'un membre d'un parti quelconque ? À ce moment-là, on peut se poser la question de savoir qu'est-ce qu'est cette société civile<sup>47</sup>.

Ce qui pose problème, c'est donc moins l'existence d'espaces de discussions hors de la sphère gouvernementale que leur indépendance vis-à-vis de l'espace gouvernemental. La complexité du fonctionnement de la société congolaise rend ainsi difficile l'appréhension du mode de fonctionnement de ces actions communicationnelles s'exprimant à la périphérie de la sphère gouvernementale. Cette complexité renvoie à une interférence de la sphère gouvernementale dans toutes les autres sphères sociétales, entraînant du coup une similarité récurrente dans les postures discursives au niveau de la presse. Ce qui fait que, même au niveau des Organisations de la société civile (OSC), les acteurs adopteraient les mêmes comportements observés au niveau des acteurs de l'action gouvernementale vis-à-vis de la presse. On observerait donc « *des organisations de la société civile (OSC) qui convoquent et payent les journalistes pour qu'ils assistent à leurs séminaires et leur dictent en échange au mot près ce*

---

<sup>47</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

qu'ils doivent dire ou écrire »<sup>48</sup>. Cette posture semble se justifier par le fait que les acteurs des OSC seraient eux-mêmes « agrippés à la manche » des acteurs de l'action gouvernementale, auxquels ils seraient financièrement redevables et qui leur dicteraient donc des comportements à tenir vis-à-vis des professionnels de la presse. Certains journalistes n'hésitent pas à publier purement et simplement des communiqués de presse émanant des services de communication, qu'ils signent cependant de leur nom de journaliste. C'est un aspect que nous développons plus largement dans la seconde partie de cette recherche.

Quoi qu'il en soit, notre préoccupation étant moins d'identifier les modalités de l'action communicationnelle de différents acteurs sociaux que de cerner la relation d'échange entre la presse et ses publics (dans le cadre de la collecte et du traitement de l'information), nous préférons appuyer notre analyse sur la notion de *champ social*. Cette dernière se prête mieux à l'analyse de cette relation « *presse-publics* », tout au moins dans la perspective qui est la nôtre, celle de saisir les facteurs présidant à la sélection des discours et des expériences à médiatiser au niveau de la presse congolaise. La notion de *champ* s'inscrit ici dans la perspective développée par Pierre Bourdieu, concevant le monde social comme un ensemble d'espaces sociaux (champs) structurés et pluridimensionnels, construits sur la base de principes de différenciation ou de distribution constitués par l'ensemble des propriétés agissantes dans un univers social donné (Bourdieu, 2001). Les *propriétés agissantes* sont « les différentes espèces de pouvoir ou de capital qui sont en cours dans les différents champs » (Bourdieu, 2001 : 294). Et les champs sont marqués par une répartition inégalitaire de ces propriétés entre les différents acteurs sociaux (Bourdieu, 2000). En raison donc de cette inégalité, les règles qui régissent l'échange entre les différents acteurs sociaux se voient souvent à l'avantage de celui qui dispose des meilleurs atouts. Aussi la position de chaque acteur social, ou *agent social* – pour reprendre les termes de Pierre Bourdieu – est-elle fonction des propriétés qu'il possède, ou voudrait bien posséder dans chaque champ social, car ces propriétés sont aussi considérées comme un pouvoir. Pierre Bourdieu les rattache au *capital économique, culturel, social et symbolique* (Bourdieu, 2001). Luc Boltanski et Eve Chiapello (1999) ajoutent le *capital de mobilité*, signifiant la faculté pour l'agent inscrit dans un maillage quantitatif de réseaux de détendre la force du lien à l'égard de chaque autre agent. Les rapports de forces entre les agents de la presse et ceux des autres champs sociaux peuvent

---

<sup>48</sup> DE SOLÈRE STINTZY, Emmanuel, « Des OSC plus crédibles grâce aux journalistes », in *Alternatives citoyennes* (Bimestriel d'information et d'échanges du Programme Concerté Pluri-Acteurs - PCPA-Congo), n°003, février - mars 2010, p.5.

donc être appréhendés à travers la possession par les uns et les autres de ces différentes *propriétés agissantes*. C'est dire que la relation entre la presse et ses publics peut être régie par la possession et/ou la distribution de ces *propriétés agissantes*. Ce sont donc ces propriétés que nous voulons saisir pour mieux comprendre cette relation, que nous abordons à travers les modalités de couverture de l'actualité par les agents de la presse.

Nous nous situons ici dans le domaine de la médiatisation des échanges au niveau de la presse congolaise. La médiatisation étant comprise ici comme le passage des discours ou des paroles publiques – voire privées – d'un champ donné vers le champ médiatique (Delforce, Noyer, 1999), il s'agit de cerner les atouts, c'est-à-dire les types de *capitaux* dont disposeraient les différents acteurs sociaux et qui expliqueraient le passage de leurs discours dans l'information produite et diffusée par les acteurs de la presse. En d'autres termes, quels seraient les *déterminants discursifs*, c'est-à-dire les critères de sélection, ou encore les *normes* de passage des discours produits dans d'autres champs sociaux vers le champ de la presse ? L'usage des TIC joue-t-il un rôle dans ce passage ? Quelles pratiques professionnelles cela induit-il au niveau des journalistes ?

## **Chapitre 5 : La reconfiguration de la relation « presse-publics » à « l'ère d'Internet »**

### **5.1. L'émergence de « nouvelles » pratiques communicationnelles liées à Internet**

L'appropriation publique des TIC s'oriente parfois sur une tendance de positionnement concurrentiel des publics vis-à-vis des médias « *traditionnels* ». C'est cette tendance, ou mieux encore cette *logique sociale de la communication* – pour reprendre les termes de Bernard Miège (2004) –, dans son articulation avec le dispositif technique qu'est Internet, que nous appelons les « *nouvelles* » *pratiques communicationnelles liées à Internet* (NPCI). À l'heure actuelle, les NPCI connaissent des dénominations diverses et variées, de « *communication citoyenne* » à « *journalisme participatif ou citoyen* » (Ruellan, 2011), en passant par la « *communication alternative* », le « *cyberespace* », la « *cyberinformation* », la « *communication citoyenne* », etc. La panoplie des dénominations de ce *procès d'informationnalisation* nous renvoie à un phénomène social en cours de conceptualisation et que certains chercheurs assimilent à une notion floue, qui ne mériterait pas encore d'être appelée concept. Ainsi, pour Francis Jauréguiberry et Serge Proulx, ce que l'on désigne par ce terme de « *cyberespace* » renvoie plutôt à un « *ensemble encore flou des nouvelles pratiques liées au nouveau lieu d'interactions sociales et symboliques* », un « *espace social de transactions et de discussions publiques constitué par l'ensemble des interactions en ligne de différents groupes d'utilisateurs* », utilisant « *différents dispositifs de communication médiatisée offerts sur le réseau des réseaux (listes ou groupes de discussion, chat [...])* » (Jauréguiberry, Proulx, 2002 : 7). Ces auteurs précisent qu'il s'agit d'un environnement d'usages et de pratiques d'Internet, dont la dynamique génère quelques transformations bien significatives dans les logiques sociales de la communication déjà existantes.

En fait, ces « *nouvelles* » pratiques communicationnelles s'intègrent théoriquement dans ce mythe planétaire que nous avons évoqué plus haut, celui d'un ordre social que l'on tente d'instituer à travers la constitution d'une société globale sous-tendue par des réseaux sociaux technicisés et dont le vocable « *société de l'information* » fournirait toute la grammaire justificative. Cette posture mythologique a induit, au niveau de l'information et de la communication, l'émergence du phénomène de la « *blogosphère* », que Michel Mathien

désigne comme « *l'espace virtuel constitutif de ce nouveau réseau social d'échanges d'information et de communication dans lequel tout un chacun peut s'affirmer comme producteur et/ou diffuseur d'informations, voire être assimilé à un "journaliste amateur" ou "occasionnel", quand ce n'est pas un agent de communication* » (Mathien, 2007 : 161-162). Ce phénomène renvoie à l'idée que chacun peut devenir producteur et diffuseur de l'information, et se passer ainsi des médias dits « *traditionnels* ». Car l'explosion de la pratique du « *blogging* », que l'on peut situer aux environs de 2004, a permis à certains bloggeurs de s'improviser commentateurs de la vie publique, ou de se présenter comme journalistes (Aubert, 2009). Les NPCI se présentent alors comme de nouveaux « *espaces de production d'expressions citoyennes* », qui « *viennent notamment troubler le partage en émetteurs et récepteurs, producteurs et consommateurs* » (Granjon, 2012 : 84). Le mythe de la « *société de l'information* » s'accompagne ainsi du développement d'un phénomène nouveau, celui de l'intrusion des publics dits « *profanes* » dans le champ de la production et de la diffusion de l'information médiatique.

## **5.2. Une « *remise en cause* » de la légitimité de la fonction journalistique**

Le développement du phénomène des NPCI a induit une interrogation fondamentale sur le métier de journaliste, ce dernier se présentant comme le « *professionnel* » par excellence de l'information médiatique. Cette interrogation s'oriente sur la légitimité même de la fonction journalistique. Quelle serait en effet la spécificité du « *journaliste professionnel* » si, avec Internet, tout le monde peut devenir producteur et diffuseur de l'information ? Face à l'émergence des contenus informationnels générés par des publics utilisateurs d'Internet, que devient le travail des journalistes ? En d'autres termes, « *si les publics [...] se mettent à occuper autant l'espace du reportage (la récolte des faits) qui construit l'identité du journalisme moderne fin XIX<sup>e</sup>, quel sera le territoire des journalistes ? L'information devenant une valeur banale diffusée gratuitement [...], qu'apporteront les journalistes que les publics ne sauront déjà ?* » (Ruellan, 2007 : 215). Car, selon Bernard Miège, qui voit le développement de cette tendance dans l'*Affaire Monica Lewinski* (connue aussi sous le nom de *Monicagate*), certains acteurs de la « *blogosphère* » ou des réseaux socio-numériques prétendent s'imposer – à travers l'adoption de différentes postures discursives – comme de

« *nouveaux professionnels du journalisme* »<sup>49</sup>. D'autres envisageraient même un « *journalisme sans journalistes* », à la manière du média social *WikiLeaks*, pour garantir l'existence d'une information libre et indépendante (Ramonet, 2011). Ce qui, bien évidemment, alimente le débat sur la légitimité de la fonction journalistique.

Bien que la structuration du champ journalistique fasse apparaître le journalisme comme « *un métier aux limites incertaines* » et « *au domaine flou* » (Ruellan, 2007 : 83), il ne demeure pas moins qu'il s'est opéré (autant dans les discours que dans les pratiques) dans l'histoire de ce métier une distinction plus ou moins nette entre les pratiques des « *professionnels* » et celles d'« *amateurs* ». Sans pourtant entrer dans le débat sur la *professionnalisation* du journalisme, nous souscrivons simplement à l'approche de Denis Ruellan, appréhendant le *professionnalisme* et l'*amateurisme* comme « *des termes rendus proches par cette double identité de sens : d'une part la distinction et l'exclusion ; d'autre part une manière de produire, un savoir-faire* » (Ruellan, 2007 : 30). Si le *professionnalisme* et l'*amateurisme* sont proches parce que renvoyant tous deux à un « *savoir-faire* », ils se distinguent toutefois par la manière d'aborder l'objet, chacun ayant un rapport particulier à l'objet : l'*amateurisme* « *produit un sens original, il construit l'objet de manière nouvelle et unique* » (Ruellan, 2007 : 30). Dès lors, les pratiques d'« *amateurs* » constituent une « *singularisation de l'acte de produire et de diffuser de l'information* », en ce sens qu'elles « *sont aussi souvent déliées des espaces traditionnels, affranchies de la tutelle technologique et financière qui maintient l'autorité du groupe professionnel* » (Ruellan, 2007 : 214). Les pratiques d'« *amateurs* » se font donc en dehors du cadre réglementaire, c'est-à-dire des contraintes traditionnelles (déontologiques, politiques, économiques...) liées au métier de journaliste, des contraintes qui sont bien déterminantes dans la manière aussi bien de produire que de diffuser l'information. Mais toutes ces distinctions participent de stratégies discursives des acteurs, comme le soutient Laurie Schmitt (2010), qui insiste sur les marqueurs de stigmatisation et les jeux d'acteurs correspondant, au sujet des pratiques et statuts photographiques.

Quoi qu'il en soit, le phénomène d'« *irruption du public journaliste* » (Ruellan, 2007 : 214) pose la question de la relation entre les médias et leurs publics, d'autant plus que certains « *nouveaux* » réseaux sociaux en ligne se seraient constitués en réaction contre les médias

---

<sup>49</sup> Ces propos de Bernard MIEGE ont été recueillis lors du Séminaire ouvert du GRESEC, du 1<sup>er</sup> février 2005, sur « La recherche sur le journalisme : apports et perspectives », in *Les Enjeux de l'information et de la communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2005/Seminaire\\_Gresec/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2005/Seminaire_Gresec/index.php) (consulté le 19/12/2009).

« installés, en particulier dans l'audiovisuel », et auxquels ils reprocheraient d'avoir délaissé l'idéal démocratique au profit de la logique du marché (Mathien, 2005). Des orientations éditoriales, sous pression politique, ou trop centrées sur la réalisation des objectifs d'efficacité économique, peuvent en effet « *entrer en conflit avec la poursuite des objectifs collectifs, tels le maintien de la pluralité d'opinions, la diversité des titres ou encore le respect de la démocratie* » (Sonnac, 2009 : 33). Ce qui fait que toutes les catégories sociales et culturelles ne soient pas toujours mieux représentées dans les discours médiatiques. Les opinions exclues des systèmes médiatiques « *traditionnels* » se seraient alors frayées un nouvel espace d'expression à travers les différentes potentialités d'Internet (wiki, blogs, réseaux sociaux en ligne, etc.), qui offrirait « *un dispositif de publication accessible, ouvert et plastique* », et faciliterait, « *au moins partiellement, un élargissement de l'accès à l'espace public pour des populations qui en étaient jusqu'alors écartées* » (Cardon, 2009 : 92). Internet est ici présenté comme « *le dispositif technique permettant d'actualiser cette utopie de la redistribution de la parole et de la diffusion étendue des informations au plus grand nombre, hors des zones usuelles d'exercice de la citoyenneté* » (Granjon, 2012 : 84). Ainsi, comme le soutient Aurélie Aubert (2009), l'irruption des individus « *non journalistes* » dans le champ de la production et de la diffusion de l'information médiatique aurait marqué un nouveau tournant dans la relation de la « *société civile* » et les médias, dont les logiques d'organisation ont subi de profondes mutations ces dernières années. La question de la « *remise en cause* » de la légitimité de la fonction journalistique s'inscrit donc dans l'évolution de la relation – ou du rapport – des médias à leurs publics, et vice-versa. Ce rapport, souvent marqué par la défiance et/ou la suspicion des seconds envers les premiers, connaît actuellement une nouvelle configuration dans le cadre de l'idéologie de la « *société de l'information* ».

Mais le mouvement de contestation et/ou de contournement des médias dits « *traditionnels* » n'est pas nouveau. Plusieurs stratégies peuvent d'ailleurs être observées à ce niveau. Bertrand Cabedoche (2003b) évoque des stratégies de confusion, d'alliance, de substitution, de dilution, de contournement, d'affrontement, d'indifférenciation, qui renvoient toutes à des tactiques de *distanciation* vis-à-vis des médias « *établis* ». Et dans l'article qu'il a signé dans l'ouvrage collectif *Communication et dynamique de globalisation culturelle*, Jean-Paul Lafrance (2009) fait remarquer que ce phénomène fut déjà observé dès le début des années 1970 dans les pays dits « *développés* », où les publics reprochaient aux « *médias de masse* » (la radio, la télévision et les journaux) leur « *caractère globalisant* » en s'adressant de façon indifférenciée à un public général, ignorant ainsi les minorités (de langue, de sexe, de religion,

d'opinion) et faisant fi du caractère local de l'information. Aussi a-t-on assisté à l'émergence, dans ces années 1970, de nouveaux organes de communication alternatifs, avec la mise sur le marché de nouvelles technologies de communication, telles la vidéo légère ou *porta-pak* de Sony, les antennes de diffusion miniature, les réseaux câblés dont se sont vite saisi les groupes de contestation aux États-Unis, en Italie, au Canada, en Belgique, en Hollande. Des radios communautaires, libres ou associatives ont pris naissance dans ces pays, profitant notamment des politiques de décentralisation. Ce modèle de radios communautaires fut d'ailleurs exporté dans plusieurs pays du continent africain. Pour Alain Kiyindou (2010), la mobilisation de ces « *petits médias* » ou « *médias légers* » participe de la préoccupation de la mise en œuvre d'une relation dialogique entre les publics destinataires, d'une part, et entre les publics et l'administration, d'autre part. En effet, en « *opposition aux mass médias qui remplissent une fonction de transmission verticale des messages, les petits médias apparaissent comme des instruments de dialogue permettant aux destinataires de réagir, par des discussions de groupes, aux documents diffusés ou même de devenir source de message* » (Kiyindou, 2010 : 22). L'on retrouve ici cette idée d'interactivité et d'appropriation publique, non seulement des dispositifs techniques, mais aussi et surtout de l'information dont ils permettent l'échange et qui devient un enjeu de positionnement social ou politique pour les publics.

C'est dire que les publics ont toujours recouru à des tactiques de *distanciation* vis-à-vis des logiques de médiatisation en cours dans les médias « *traditionnels* », en se saisissant des opportunités offertes par les « *nouvelles* » technologies de l'information et de la communication. Les logiques sociales de la communication que l'on observe à travers le phénomène de la « *blogosphère* » ne seraient donc pas tout à fait nouvelles, quand bien même les dispositifs techniques mis à contribution tendraient à le faire croire. En effet, l'idéologie de l'usage des médias alternatifs « *comme moyen d'expression des groupes sociaux privés de l'accès aux mass médias est née dans les pays occidentaux lors de la contestation sociale des années 1960* » (Kiyindou, 2010 : 21). Ce qui paraît nouveau, c'est plutôt la généralisation et la globalisation de ce mouvement social. Cette généralisation et cette globalisation sont rendues possibles par l'accessibilité des dispositifs techniques qui l'accompagnent. Car, en termes d'acquisition et d'usage, aucun autre dispositif technique, à la fois de production, de diffusion et de réception de l'information, n'aurait jusque-là réussi un tel *procès d'informationnalisation* réalisé autour d'Internet, nonobstant cette fameuse *fracture numérique* qui le rendrait financièrement, socialement et culturellement discriminatoire.



L'enjeu principal qui est au cœur de toutes ces pratiques communicationnelles dites « *alternatives* », c'est bien la préoccupation d'une définition commune de la réalité sociale. Car les médias sont un lieu de construction sociale du sens. Les professionnels des médias font alors partie (avec, entre autres, les sociologues, les historiens, les hommes politiques, etc.) de ce groupe d'acteurs sociaux que Pierre Bourdieu appelle « *les professionnels de l'explication et du discours* », qui se donnent pour mission « *d'expliquer les principes de vision et de division du monde, c'est-à-dire de transformer les schèmes de perception et d'action qui sont (socialement) les leurs, en catégories explicites et imposables à tous, d'en faire des taxinomies relativement cohérentes et systématiques, de les imposer comme étant les seules légitimes [...]* » (Bourdieu, 2000 : 23). Les publics, c'est-à-dire les autres acteurs sociaux qui ne se retrouveraient pas dans la vision du monde ou dans la définition de la réalité sociale mise en scène par « *les professionnels de l'explication et du discours* » parce que leurs préoccupations n'y seraient pas prises en compte, tentent d'exhiber leur propre approche des phénomènes sociaux à travers les « *nouvelles* » pratiques communicationnelles, appelées aussi « *nouveaux médias* », ou « *médias alternatifs* ».

### **5.3. L'information de presse : une question de construction sociale du sens**

#### **5.3.1. Le développement de la presse comme construction d'une communauté de publics**

La perspective de concevoir le développement de la presse comme une construction d'une communauté de publics nous pousse à convoquer ici le terme de *processus d'intentionnalité discursive*, telle que nous l'avons déjà définie dans l'introduction générale, c'est-à-dire l'idée d'une négociation entre les professionnels de l'information de presse et leurs publics pour aboutir à une apparente convergence dans la représentation symbolique de la réalité sociale (Charaudeau, 1997). Cela signifie que, pour être pertinente dans le cadre du développement des entreprises de presse congolaises, l'approche relative à l'acquisition des équipements et des compétences en matière des TIC devra être pensée en termes de simple logique d'accompagnement d'un mouvement socioprofessionnel de fond. Ce dernier mouvement consiste dans le passage d'une approche cybernétique de l'information à une approche info-

communicationnelle. En effet, du point de vue journalistique, informer ne désigne pas tant un acte d'information qu'un acte de communication se présentant sous de formes diverses et variées (Gonzales, 1996). Car, « *au-delà de ce qui est dit, les titres de presse développent une "façon de dire", une stratégie d'énonciation qui induit une relation, un lien, si possible affectif et durable, avec le lectorat* » (Pynson, 2011 : 63). Il ne s'agit donc plus de concevoir l'information de presse dans son cadre théorique d'affiliation à la *théorie mathématique de l'information* forgée par Claude Elwood Shannon (Weaver, 1975) et faisant du problème de la communication une simple reproduction, exacte ou approximative, d'un message donné, d'un point à un autre, sans pourtant se préoccuper de la manière dont ce message aura été reçu par les publics.

Le *processus d'intentionnalité discursive* induit un développement de la presse devant se réaliser autour de la constitution d'une « *communauté de réception* » (Ruellan, 2011), qui puisse se reconnaître dans les valeurs socioculturelles que renferment les messages de presse. Ce terme renvoie à ce que, dans la définition de son *approche sémio-pragmatique*, Roger Odin appelle l'*espace de communication*, qu'il conçoit comme « *un espace à l'intérieur duquel le faisceau de contraintes pousse les actants [...] à produire du sens sur le même axe de pertinence* » (Odin, 2011 : 39). Le *processus d'intentionnalité discursive* participe ainsi de la construction d'un *espace de communication* (entre les professionnels de l'information de presse et leurs publics), c'est-à-dire du « *résultat de la sélection des contraintes qui régissent le processus de production de sens, en fonction de l'axe de pertinence choisi* » (Odin, 2011 : 41). La constitution d'un tel espace de communication ne peut se réaliser qu'à travers un échange entre l'instance de production et celle de réception de l'offre informationnelle. D'où la nécessité d'une approche info-communicationnelle du développement de la presse, une approche orientée sur le *processus d'intentionnalité discursive*. Cette approche a l'avantage de ne pas opérer une sorte de schizophrénie entre l'information, d'une part, et la communication, d'autre part ; elle place les deux notions dans une interrelation caractérielle. Il s'agit donc, dans le sens du développement de la presse, de lier le problème de la production de l'information à celui des moyens de sa diffusion et des conditions de sa réception par les publics. Car l'activité de production de l'information de presse induit nécessairement l'établissement d'une relation dialogique entre les destinateurs et les destinataires des messages. Au niveau des entreprises de presse congolaises, cela devrait se traduire concrètement par une médiatisation sans exclusive des discours de différents bords sociopolitiques et/ou culturels, qu'ils soient *médiés* par les TIC ou pas. Ce qui permettrait de

construire des *communautés discursives* entre les différents titres de presse et les publics particuliers auxquels ils s'adresseraient éventuellement.

Dans cette perspective, les pratiques professionnelles des journalistes sont appelées à passer « *de l'idée de transmission à celle de négociation* » (Wolton, 2009b : 22). En effet, sans ce processus, on ne pourrait parler de communication au niveau de la presse, puisque les publics, dans quelque société qu'ils se trouvent, ne sont pas des « *masses amorphes* » qui recevraient les informations de presse sans broncher, mais des individus qui résistent souvent à ces informations et entendent donner leurs propres visions de la réalité, pour paraphraser Dominique Wolton (2009b). Ainsi, loin d'être un simple fait de « *mimétisme* » sous-jacent à une *logique de réplique* des modèles de presse occidentaux (Rambaud, 2008), la médiatisation des NPCI apparaît comme une stratégie pouvant participer du renforcement de la légitimité de la fonction journalistique et devant permettre de booster le développement des entreprises de presse congolaises. En d'autres termes, l'appropriation par les professionnels de l'information de presse des discours circulant sur la « *blogosphère* », ainsi que leur reformulation à travers les cadres médiatiques propres, contribuerait au renforcement du lien entre la presse congolaise et ses publics. Car, dans l'offre d'information, les fonctions sociales et culturelles ne sauraient être oubliées, notamment celles favorisant le partage de valeurs au sein des populations plus ou moins identifiées sur un territoire (Mathien, 2010). Cette hypothèse s'appuie sur la conviction que la construction sociale du sens réalisée par les journalistes professionnels résulte d'une rencontre entre les produits informationnels proposés par la presse et les représentations socioculturelles des publics : « *Produire et transmettre ne suffit plus à informer. Informer suppose de prendre en compte la problématique du récepteur, tout en sachant que cette prise en compte a ses limites* » (Wolton, 2003 : 11). C'est ce que nous appelons ici la *rencontre symbolique* entre les produits informationnels et les publics. Dans le cadre d'une émergence des TIC s'accompagnant d'une tendance de positionnement concurrentiel des publics dans le champ de la production et de la diffusion de l'information de presse, cette rencontre entre les produits informationnels des médias dits « *traditionnels* » et les représentations socioculturelles des publics ne pourrait se réaliser qu'à travers la mise en œuvre d'une *stratégie de capitalisation* des NPCI.

#### 5.4. La stratégie de capitalisation des NPCI

La notion de *stratégie* renvoie ici à une action de positionnement d'une entreprise de presse, à travers la mise en œuvre des moyens puissants et par une rationalité bien définie, afin d'imposer sa propre logique de domination (Rambaud, 2008). Il s'agit, en fait, d'une logique de l'action, dans la perspective développée par Michel de Certeau (1990). Cet auteur définit la *stratégie* comme un type d'opérations qui, à partir d'un « *lieu susceptible d'être circonscrit comme propre et donc de servir de base de gestion de ses relations avec un extérieur distinct* », peut « *produire, quadriller et imposer* » sa vision (De Certeau, 1990). La *stratégie* se distingue ainsi de la *tactique* qui, selon Michel de Certeau, est une autre logique d'action, se caractérisant justement par l'absence de lieu propre et de pouvoir et consistant dans le détournement des stratégies institutionnelles. Alors que la *stratégie* relève des détenteurs du pouvoir (politique, économique ou scientifique), la *tactique*, elle, est du ressort des consommateurs, des dominés essayant de se saisir de quelques opportunités qui s'offrent à eux, pour contourner les usages qui leur sont imposés par les détenteurs de pouvoir (De Certeau, 1990). Aussi la « *blogosphère* » peut-elle être appréhendée comme une *tactique*, c'est-à-dire une logique de contournement des pratiques médiatiques imposées par les professionnels des médias dits « *traditionnels* », tandis que la mise en place d'une plateforme de blogs par *Le Monde*, par exemple, serait plutôt saisie comme une logique d'imposition d'un renouvellement des pratiques professionnelles et de développement économique par un titre de presse dominant (Salles, 2010). Cette logique d'imposition viserait à contrôler les sujets agités dans l'*espace public sociétal* ou *citoyen* (Miège, 2010), tel celui de la « *nouvelle critique sociale* », où s'organiseraient les nouvelles formes d'engagement militant dont l'une des caractéristiques principales est, selon Fabien Granjon, le « *détachement des appartenances collectives traditionnelles au profit de la performance individuelle* » (Granjon, 2001 : 11).

Pour Fabien Granjon, l'appropriation d'Internet dans l'*espace public sociétal* ou *citoyen* s'intègre dans des dispositifs protestataires existants, organisés en réseaux et orientés vers la défense de groupes faibles en ressources. Les acteurs de cet espace public, que l'auteur appelle les « *néo-militants* », s'engageraient par « *projets* », c'est-à-dire autour des causes spécifiques ciblant des espaces sociaux plus restreints, et orienteraient leur investissement dans des actions plus concrètes et immédiates. La lecture de ces nouvelles formes

d'engagement militant en termes d'« *engagement par projets* » se réfère à la perspective conceptuelle de « *cité par projets* » développée par Luc Boltanski et Ève Chiapello (1999). Les actions engagées ont pour but de publiciser des problèmes délicats de la société qui seraient ignorés, ou évités par l'agenda autant politique que médiatique (Granjon, 2001). L'usage d'Internet dans cet espace public « *néo-militant* » apparaît alors comme une tactique de contournement des logiques de publicisation des problèmes sociétaux en cours dans les espaces publics politique et médiatique « *traditionnels* ». Cette perspective apparaît d'autant plus pertinente que l'expression de l'espace public « *néo-militant* » se ferait généralement sous le registre de la *dénonciation*, en réclamant réparation de ce que les personnes engagées dans ces actions considèrent être une injustice et en revendiquant des politiques différenciées de l'intérêt général (Granjon, 2001). William Felstiner, Richard Abel et Austin Sarat évoquaient déjà en 1980, la trilogie *naming*, *claming* et *blaming*, caractérisant l'action volontariste de plusieurs opérateurs, à savoir les médias, les mouvements sociaux, les partis, les lobbies, les intellectuels... *Naming* revient à définir une situation comme une offense, *claming* consiste à la transformer en grief et à faire jouer une imputation de responsabilité, *blaming* conduit à un processus de disqualification institutionnelle et de réclamation sous forme de demande de réformes (Felstiner, Abel et Sarat, 1980). Et le fait pour un média « *traditionnel* » d'offrir une plateforme numérique devant accompagner ce type d'expressions liées à la « *nouvelle critique sociale* » s'avèrerait comme une réelle stratégie de contrôle des opinions qui lui échapperaient, sans la mise en œuvre de ce dispositif technique. On pourrait en dire autant de l'*espace public politique*, avec la mise en œuvre des mêmes dispositifs techniques accompagnant une stratégie de renouvellement de posture de la part des acteurs politiques, un renouvellement qui s'observe à travers la mobilisation de la notion de « *démocratie participative* » au niveau des formations ou des individualités politiques, comme nous l'avons déjà signalé.

#### **5.4.1. Le repositionnement stratégique des entreprises de presse**

La réaction de nombreux médias occidentaux à ce phénomène d'irruption d'individus « *non journalistes* » dans le champ de la production et de la diffusion de l'information de presse s'est alors orientée dans la direction du renforcement du lien entre les médias dits « *traditionnels* » et leurs publics. Cela peut s'observer à travers la mise en œuvre d'une communication interactive entre l'instance de production et celle de réception, c'est-à-dire

entre les professionnels des médias et leurs publics. Pour Denis Ruellan, la pratique du blog est devenue tellement prégnante que les médias ont fini par l'intégrer, au point de s'en servir pour alimenter leurs articles<sup>50</sup>. Aussi, des journalistes de *desk* sont-ils devenus des « *ratisseurs des blogs* » et autres réseaux socio-numériques, pour soutirer des informations circulant en ligne et qui seraient souvent traitées comme des dépêches d'agences (Mathien, 2005). Les pratiques d'« *amateurs* » sont alors « *incorporées dans les médias de masse, utilisées pour alimenter les contenus et satisfaire les attentes supposées des lectorats* » (Ruellan, 2007 : 214).

Selon Aurélie Aubert (2011b), il existe aujourd'hui plusieurs formes de participation des publics, selon les sites, les médias et le type d'abonnement proposé. Cette chercheuse relève trois types de *contrats participatifs*. Le premier propose aux publics la possibilité de commenter les articles publiés par le titre de presse, de partager *via Facebook* ou *Twitter*. Le second, illustré par *Le Monde.fr*, propose un vrai dialogue avec les abonnés, par des chats avec différents intervenants, et sollicite souvent des témoignages ou des réactions de ses lecteurs/internautes au sujet de divers événements qui sont ensuite publiés sur le site. Ce type de contrat a donné lieu au développement de ce que cette chercheuse appelle une pratique du « *livre* », c'est-à-dire « *un format éditorial permettant de narrer en temps réel un événement en intégrant textes, photos, vidéos, contenus issus des réseaux sociaux et questions des internautes* » (Aubert, 2011b : 44). Le troisième type de contrat consiste dans la création de « *plateformes communautaires participatives dédiées, afin de solliciter et valoriser les témoignages, commentaires, informations potentiellement inédites de leurs internautes, choisissant ainsi de jouer la carte de la "communauté"* » (Aubert, 2011b : 44). Ces trois types de *contrats participatifs* sont illustratifs du repositionnement stratégique des entreprises de presse vis-à-vis des NPCI, dont l'objectif principal est de tirer profit de ces pratiques, voire d'explorer l'hypothèse de nouveaux modèles économiques pour assurer leur propre survie institutionnelle.

Par ailleurs, on voit apparaître un nouveau modèle d'agences d'information, consistant en la vente d'informations produites par des « *amateurs* » auprès des médias « *traditionnels* » et entraînant du coup une redéfinition des pratiques journalistiques (Schmitt, 2010). C'est le cas

---

<sup>50</sup> Ces propos de Denis RUELLAN ont été recueillis lors du séminaire ouvert du GRESEC, le 1<sup>er</sup> février 2005, sur « La recherche sur le journalisme : apports et perspectives », et publiés sur *Les Enjeux de l'information et de la communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2005/Seminaire\\_Gresec/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2005/Seminaire_Gresec/index.php) (consulté le 19/12/2009).

de *Citizenside*, un site Internet de revente de photos et vidéos amateurs, « dont l'idée de départ était de commercialiser auprès des grands médias (français et aujourd'hui internationaux) des productions amateurs (photos et vidéos) sur des événements pas ou peu couverts par les photographes professionnels, en reversant des droits d'auteur aux internautes auteurs de ces documents » (Aubert, 2011a). Ainsi, au sein de *Citizenside*, par exemple, se sont deux types de producteurs d'information qui se côtoient, les producteurs « amateurs » de contenus (les contributeurs extérieurs à l'entreprise) et les journalistes « professionnels » (les employés de l'entreprise) chargés de vérifier ces contenus. La coopération entre les « amateurs » et les « professionnels » s'appuie sur la perspective de la mise en œuvre d'une *communication interactive* entre les médias « établis » et leurs publics. Cette communication renforcerait ainsi la légitimité de la fonction journalistique, dans l'hypothèse que cette légitimité « tient au lien très fort qui existe, entre son métier, et la démocratie de masse » (Wolton, 2009 : 56). Car, affirme Dominique Wolton, c'est en fonction d'une « certaine éthique de l'information, avec la possibilité d'intervenir sur tous les aspects de la réalité, qu'existe ce métier [...]. Et son pouvoir ne vient, en définitive, que de la confiance accordée par le public » (Wolton, 2009 : 56). Il faut signaler que cette nouvelle configuration des pratiques journalistiques n'est pas uniquement dictée par l'acquisition des compétences technologiques par les professionnels des médias, moins encore par le seul fait de l'introduction d'Internet dans les réseaux sociaux ; elle relève aussi et surtout d'une question d'ordre *symbolique*, c'est-à-dire concernant le lien entre les médias et leurs publics : il s'agit pour les médias d'entrer en dialogue avec leurs publics afin de s'approprier les problématiques que ces derniers agitent à travers la « *blogosphère* ».

Dans le cas français, par exemple, ces pratiques participent, selon Denis Ruellan, d'un discours sur « l'avènement d'un journalisme "citoyen", parfois appelé "participatif" », fondé sur une « *convergence des internautes et des médias de masse* » et dont l'objectif serait la « *mise en synergie de la réception et la production comme pratique individuelle et collective contribuant, dans l'échange d'information, à la construction de soi* » (Ruellan, 2011 : 209). Mais, pour les professionnels des médias, l'objectif serait de s'attirer la confiance de ces publics, qui devraient ainsi mieux se reconnaître dans l'information traitée par les médias dits « *traditionnels* », puisque ces derniers auront pris en compte leurs préoccupations. Car, à « l'origine du journalisme citoyen il y a d'abord ce sentiment que les médias traditionnels ne reflètent pas la réalité telle que les gens la vivent » (Ruellan, 2011 : 212). Dès lors, les NPCI apparaissent comme une « *défiance opportune* », permettant aux journalistes « *de réaffirmer*

*leur place grâce à une expertise finalement irremplaçable* » (Ruellan, 2011 : 211). Vu sous l'angle de la hiérarchisation de l'information, telle que celle envisagée par Dominique Wolton préconisant une labellisation de « *l'information-presse* », c'est-à-dire l'information validée par les « *professionnels de la presse que sont les journalistes* » (Wolton, 2003 : 14 et 15), le *participatif* se présenterait ici comme une *soft* stratégie médiatique de réaffirmation de l'autorité du « *monde professionnel* » vis-à-vis du « *monde profane* » (Ruellan, 2011), en matière de production et de diffusion de l'information à « *l'ère d'Internet* ». À travers la mobilisation de la *stratégie de capitalisation* des NPCI, les professionnels de l'information de presse entendent reprendre la main sur leur propre identité professionnelle, quelque peu brouillée et mise à mal par les prétentions intrusives des « *publics ordinaires* » dans le sommet des « *pairs* ».

En effet, la logique de médiatisation des espaces publics, qui dorénavant seraient voués à l'exclusion de l'espace médiatique, participerait autant du renouvellement de l'idéal démocratique – servant ainsi de caution morale à la légitimité de la fonction journalistique (Breton, 2003) – que du renforcement des stratégies de développement économique et de l'évolution des pratiques professionnelles au sein des entreprises de presse (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002 ; Mathien, 2003 ; Salles, 2010). Certains titres de presse n'ont pas hésité à ouvrir des espaces d'expression en leur sein, notamment avec la création des « *plateformes communautaires participatives dédiées* » (Aubert, 2011b), comme nous venons de le souligner pour le cas du journal *Le Monde*, qui a offert à ses internautes abonnés la possibilité de créer des blogs qu'il héberge. Ce qui, pour Chloë Salles – qui a étudié ce cas dans sa thèse doctorale – ne manque pas de souligner un certain paradoxe éditorial, ce journal étant « *réputé traditionnaliste* » et « *reconnu pour une certaine "prestance" construite par une Histoire longue, et une certaine discipline interne (assise par un nombre de rituels* », alors que la plateforme communautaire participative qu'il offre aux publics serait empreinte « *d'idéaux caractéristiques prêtés à l'internet (la liberté d'expression, l'indépendance* » (Salles, 2010 : 11-12). Et l'une des hypothèses développées par cette chercheuse est que la posture du journal *Le Monde* s'inscrit bien dans une stratégie de « *valorisation de la parole ordinaire* », dont l'objectif serait le renouvellement de l'enjeu démocratique (mais aussi et surtout économique) dans les pratiques journalistiques, en les orientant dans une relation de proximité avec les préoccupations citoyennes : « *Ainsi, en accord avec la dimension symbolique libertaire de l'internet, la plate-forme de blogs du Monde peut permettre de réconcilier le titre avec le rôle démocratique qu'il se donne en tant que journal* » (Salles,



2010 : 361). De cette manière, les publics participent au débat public animé par les professionnels de la presse.

Cette stratégie se réfère à l'identité même du journalisme, qui s'alimente de la « *crise* » pour perdurer, comme le soutient Florence Le Cam (2010), pour qui le territoire du journalisme (et donc ses frontières) reste volontairement instable et ouvert. C'est cette fluidité des frontières du journalisme qui conduit à maintenir la diversité de statuts, de représentations et de pratiques professionnelles, et aide les journalistes à absorber/adopter les nouvelles tendances (Le Cam, 2010). Les TIC ne jouent qu'un rôle d'accompagnement dans cette logique socioprofessionnelle de rapprochement entre les médias et leurs publics, et donc du renforcement de la légitimité de la fonction journalistique. Cette posture professionnelle s'inscrit dans une logique où les médias sont considérés à la fois comme « *un lieu de construction sociale du sens et un lieu d'exercice de la parole publique* » (Delforce, 1999 : 51). Et la construction sociale du sens implique une relation interactive entre l'instance médiatique de production et l'instance publique de réception, puisque le processus de construction du sens dépend « *d'une sorte de rencontre entre des produits et des publics, des contextes médiatiques et des contextes sociaux* » (Esquenazi, 2006 : 12). La communication interactive entre ces deux instances légitimerait la fonction sociale du journaliste, tout en reconfigurant la relation entre les médias et leurs publics, les seconds devenant à la fois sources et consommateurs des premiers.

La légitimité sociale ainsi acquise par les professionnels de la presse s'explique aussi par le fait que les journalistes sont des déterminants dans la définition de l'importance politique, dans la mesure où ils semblent contrôler l'entrée d'un phénomène dans le champ politique (Bourdieu, 2000). La médiatisation des problématiques agitées dans la « *blogosphère* » participerait de ce que Jacques Gerstle (2004) appelle le processus de « *publicisation, politisation et polarisation* » des problèmes sociétaux, c'est-à-dire le passage d'un problème vécu à la base comme un malaise social, à sa prise en compte dans l'arène politique pour le solutionner, en passant par son agitation au niveau des médias (nous y reviendrons dans la seconde partie de cette recherche). Dans cette perspective, la *stratégie de capitalisation* de la « *blogosphère* » est comprise comme une logique entrepreneuriale consistant à tirer profit de ces « *nouvelles* » pratiques communicationnelles, par le commerce des contenus circulant sur Internet et dont l'objectif serait de permettre aux publics d'apporter leur vécu dans la sphère médiatique « *traditionnelle* » afin d'élargir son audience et d'augmenter ses parts de marché.

### 5.4.2. Une stratégie liée aux contraintes du marché de la presse

Parler de *stratégie de capitalisation*, c'est aussi poser le problème des logiques économiques des entreprises de presse. En effet, au niveau de la presse occidentale, l'interactivité de la relation entre les professionnels des médias et leurs publics, observée dans le cadre de l'émergence des TIC et de leur appropriation par les publics, obéit souvent à la logique du *scoop*. Il s'agit de repérer sur la « *toile* » des informations croustillantes, dont certains titres de presse auront la primauté dans la publicisation (Jeanneney, 2001). Ce qui participe bien d'une stratégie de positionnement de ces entreprises dans un environnement fortement concurrentiel, d'autant plus que la « *valeur des produits des industries culturelles est liée à leur valeur distinctive* » (Bouquillion, Combès, 2007 : 22). En effet, le *scoop*, c'est-à-dire « *cette information exclusive livrée au public en primeur* » (Cornu, 2003 : 13-14), relève à fois d'un enjeu de prestige symbolique pour les journalistes – qui le considèrent comme un critère d'excellence professionnelle – et d'un jeu de concurrence entre entreprises médiatiques. Cette pratique peut être liée au fait de la multiplicité et de la diversité des publics des journalistes professionnels. Dans une étude collective qu'ils ont dirigée, Pascal Dauvin et Jean-Baptiste Legavre soutiennent que « *le travail des gens de presse s'inscrit dans un triangle journalistique à l'intérieur duquel se déplace chaque journaliste et se déploient critiques ou approbations* » (Dauvin, Legavre, 2007 : 7). Chaque sommet de ce triangle journalistique représente un type particulier de publics, induisant chacun une relation particulière avec le travail du journaliste.

Pour ces auteurs, les trois sommets du triangle journalistique sont : les « *pairs* » ou confrères, les « *sources* » (d'information) et les « *publics ordinaires* ». Les premiers peuvent avoir entre eux soit une relation de coopération, soit une relation de concurrence, car il s'agit pour chaque journaliste de légitimer son travail vis-à-vis de ses confrères. La logique du *scoop* obéirait d'ailleurs à des rapports de force (internes et externes à l'entreprise de presse) entre « *pairs* », dans une activité concurrentielle où la valorisation et la crédibilité professionnelles seraient liées à la publication « *d'informations que les concurrents n'auraient pas réussi à obtenir en premier* » et dont le traitement « *sans ajout distinctif* » entraînerait une perte de crédibilité professionnelle (Legavre, 2011 : 117). Les seconds peuvent garder avec les premiers soit une

relation de connivence<sup>51</sup>, soit une relation critique, l'enjeu étant pour chacun de légitimer son discours vis-à-vis de l'autre. Enfin, les troisièmes publics peuvent entretenir avec les premiers soit une relation de confiance, soit une relation de défiance/méfiance (Dauvin, Lagavre (dir.), 2007). Signalons ici que les « *sources* », tout comme les « *pairs* », sont aussi des publics. Avec l'émergence des NPCI, ce qui vient perturber la relation entre les différents sommets de ce triangle journalistique, c'est l'intrusion des « *publics ordinaires* » dans les deux autres pôles, celui des « *sources* » et celui des « *pairs* ». Dans cette configuration, les « *publics ordinaires* », encore appelés « *publics profanes* » (Dauvin, Lagavre (dir.), 2007), se retrouvent à la fois sur les trois sommets du triangle journalistique : ils prétendent devenir tout à la fois « *publics ordinaires* », « *sources* » et « *pairs* », puisqu'ils se présentent dans la « *blogosphère* » comme « *journalistes amateurs* » et/ou « *agents informateurs* ». Ce qui brouille la nature de la relation entre les trois pôles : quelle relation le journaliste devra-t-il avoir avec un « *lecteur-source-pair* » ? Une relation de concurrence ? De méfiance/défiance ? De connivence ? De coopération ?

La même question s'est également posée au niveau de la relation entre le journaliste et les *sources* dites « *officielles* », notamment au sujet de l'information scientifique et technique où les producteurs de connaissances scientifiques en viendraient « *à définir des stratégies d'images qualifiées de "contournement des médias"* », le journaliste étant ici perçu comme un « *agent d'altération* » du discours scientifique (Cabedoche, 2003b : 213 et 214). Le brouillage de la relation entre les trois pôles du triangle journalistique s'appuierait sur l'hypothèse que la « *construction sociale du sens s'opère aussi en d'autres lieux qui, pour être moins visibles, n'en sont pas moins tout aussi configurants* » (Cabedoche, 2003b : 224). La *stratégie de capitalisation*, que nous préconisons ici, renvoie alors à une relation de *coopération* entre les professionnels de l'information de presse et les « *publics-sources-pairs* ». Car seule une relation de *coopération* pourrait faciliter la rencontre entre les produits informationnels proposés par la presse et les représentations socioculturelles des publics, d'autant plus que la communication suppose l'appartenance au même univers socioculturel et le partage des mêmes valeurs, quand il ne s'agit pas de souvenirs, de références, d'expériences, de langues ou de stéréotypes identiques (Kiyindou, Miyouma, Ekambo (dir.), 2009). C'est là que réside la spécificité même de l'information de presse : « *non seulement le journaliste travaille en*

---

<sup>51</sup> La connivence est, dans le journalisme, une complicité secrète entre les journalistes et leurs sources d'information. La déontologie du métier exige que les journalistes veillent à ne pas confondre proximité et connivence, mais certains se laissent prendre à ce piège.

*considérant d'abord la teneur supposée de savoir de son destinataire, mais il prend aussi en charge les mouvements supposés de l'affect de ce dernier, jusqu'à anticiper les motifs supposés d'intérêt qui l'animent et les assumer jusqu'à parfois s'y inscrire* » (Cabedoche, 2004 : 43). D'où l'importance de l'interactivité de la relation entre les professionnels des médias et leurs publics. Cette interactivité de la relation participe autant d'une logique de marché que d'une stratégie symbolique (celle de la légitimation de la fonction journalistique), les deux étant d'ailleurs intimement liées.

## **5.5. La presse, un marché à double échelle de valorisation**

### **5.5.1. L'information de presse comme produit d'échange**

Les logiques en œuvre dans l'interactivité de la relation « *presse-publics* » renvoient à l'idée de la double échelle de valorisation du produit informationnel, un aspect caractéristique des industries culturelles<sup>52</sup>. La double échelle de valorisation du produit informationnel signifie que l'information de presse est un produit d'échange à la fois marchand et symbolique. Pour expliciter cet aspect, nous sommes obligé de sortir du paradigme diffusionniste des techniques, avec son corollaire d'approche technocentriste du développement, pour nous inscrire dans le cadre théorique de l'*économie politique de la communication*, notamment dans son développement sur les *industries culturelles*. Le cadre théorique des *industries culturelles*, auquel nous allons associer une *approche socio-discursive des médias*, a en effet « *l'avantage d'analyser les stratégies des acteurs* » (Bouquillion, 2008 : 10) dans cette interactivité de la relation « *presse-publics* », où se joue la valorisation de l'information de presse en tant que produit d'échange à la fois marchand et symbolique.

Présentant le premier cadre théorique, amorcé dans les années 1970 et 1980, avec notamment le prolongement des travaux de Herbert Schiller et Douglas Smyth – qui peuvent être considérés comme des pionniers, du moins d'une approche radicalement critique de l'*économie politique* –, Bernard Miège (2003) soutient que le courant de l'*économie politique de la communication* n'a jamais été un courant unifié et homogène. En effet, les auteurs qui

---

<sup>52</sup> Le terme d'industries culturelles est à comprendre ici dans le sens des industries culturelles *stricto sensu*, c'est-à-dire celles comprenant essentiellement les filières du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique enregistrée, du livre, de la presse et de l'information (Bouquillion, 2008).

s'y reconnaissent travaillent sur des objets variés, avec des questionnements issus d'autres inspirations théoriques. Parmi ces objets, on retrouve les industries culturelles et informationnelles (ICI). C'est sous l'angle de son interrogation sur ces derniers objets que nous mobilisons ici ce cadre théorique, en essayant notamment d'articuler le développement des entreprises de presse, non seulement à une théorie de l'innovation technique et de la médiation, mais aussi aux différentes configurations de l'espace public (Miège, 2003). Traiter la presse congolaise dans le cadre des industries culturelles et informationnelles revient donc à la considérer comme un secteur marchand. Car, dans ce cadre théorique, l'information et la culture sont considérées comme des biens économiques, « *c'est-à-dire des biens donnant lieu à des opérations productives et distribués sur des marchés* » (Miège, 2003 : 217). Cela signifie que l'information de presse est fondamentalement un produit d'échange, qu'il soit payant ou gratuit ; il s'agit d'un échange entre l'instance productrice (que sont les organes de presse) et l'instance réceptrice (que sont les publics).

Pris dans cette perspective théorique, les organes de presse sont avant tout des entreprises médiatiques qui mènent des activités de production et de diffusion d'information en direction d'un grand nombre d'individus (Mathien, 2003). Et, selon Michel Mathien – rappelant ici une approche économique d'Anne Mayère –, pour qu'il soit reconnu comme tel, un produit d'échange devra remplir deux conditions : que sa *valeur d'usage* soit une valeur d'usage non seulement pour le producteur mais aussi pour d'autres, c'est-à-dire qu'elle soit *une valeur d'usage social*, et qu'il soit le produit d'un travail privé et indépendant qui se présente face à des travaux de mêmes caractéristiques (Mathien, 2003). Or, les produits des industries culturelles et informationnelles sont caractérisés, entre autres, par une incertitude de la valorisation. Celle-ci renvoie au fait que les produits culturels et informationnels sont des *biens expérientiels*, c'est-à-dire qu'ils ne sont appréciés qu'après leur consommation par des publics. C'est dire que leur *valeur d'usage* est sujette à la sanction des publics : « *on ne connaît la valeur de l'information qu'après l'avoir consommée car il réside une incertitude sur sa qualité intrinsèque jusqu'à sa consommation effective* » (Sonnac, 2009 : 26). Pourtant leur *valeur d'échange* est fonction de leur *valeur d'usage*, puisque c'est le besoin des publics d'user de ces produits qui détermine leur éventuel échange. Et cette caractéristique de l'information « *impose des procédures de sélection et de signalisation capables de susciter le désir de l'expérience* » (Gabszewicz, Sonnac, 2010 : 20). Mais le fait que ce besoin ne soit perçu qu'après l'usage tient de la spécificité même de ces produits, qui sont en fait des actes de communication.

En effet, les activités de production et de diffusion de l'information réalisées par les organes de presse sont des actes de communication, d'autant plus que l'information produite est diffusée vers une instance autre que celle qui l'a produite. Ainsi, pour mieux saisir cette incertitude de la valorisation de l'information de presse en tant que produit des industries informationnelles, il y a lieu d'associer à ce cadre théorique d'autres approches en matière d'information et de communication. Car, comme le soutient Bernard Miège, l'information et la communication « *sont, aujourd'hui, des phénomènes pluri-dimensionnels complexes qui ne peuvent relever d'approches mono-théoriques et mono-disciplinaires* », et « *l'économie politique de la communication se saurait revendiquer un quelconque monopôle* » mais « *doit plutôt se confronter avec d'autres approches et même, se relier à elles* » (Miège, 2003 : 219). Parmi ces autres approches théoriques, Bernard Miège (2003) mentionne la *sémio-pragmatique* (Odin, 2000 ; 2011) des productions discursives et des études sociologiques des *interactions* sociales. Dans ces dernières approches, l'information de presse est apparue à la fois comme un fait de langage et un fait social.

#### **5.5.1.1. Un fait de langage**

C'est sous l'approche linguistique que l'information est apparue comme un fait de langage, tel que l'affirme Patrick Charaudeau, dont le positionnement sera par ailleurs discuté ci-dessous : « *L'information est essentiellement affaire de langage [...]* » (Charaudeau, 1997 : 9). En fait, les théories linguistiques ont donné lieu à plusieurs types d'analyse liée au discours, comme les théories de l'argumentation, la grammaire de texte, les études conversationnelles, la sociolinguistique et l'analyse de contenu (Bonnafeux, 2006). L'objectif de tous ces types d'analyse est de décoder le sens des discours. Toutefois deux approches principales, inspirées de la *linguistique*, ont vu le jour : la *sémiotique* et la *sémiologie*. Les deux sont tellement parentes que leur ligne de démarcation apparaît assez aléatoire. En effet, selon Bruno Ollivier (2007), la *sémiotique* traite de la signification telle qu'elle peut se manifester dans un texte, mais aussi ailleurs ; elle décrit les conditions d'apparition et d'organisation du sens. Mais l'on parle de *sémiologie*, quand on envisage plutôt les signes dans leur relation à leur environnement social, et de *sémiotique*, lorsqu'on s'intéresse plus, dans la lignée de Charles Sanders Peirce, à la structure du signe elle-même (Ollivier, 2007 : 40). Les modèles d'analyse des discours inspirés de la tradition linguistique s'appuient donc sur ces deux approches. Par exemple, l'analyse du discours, qui « *s'intéresse à la forme du message médiatique, politique,*

*public, gouvernemental, organisationnel, etc., en rapport avec son milieu social de production [...]*» (Bonnafous, 2006 : 213), s'appuierait sur l'approche sémiologique.

Appliquée à l'analyse de l'information de presse, l'approche sémiotique tend à aborder l'information de façon statique, en la découpant en unités de communication et en analysant chaque unité dans sa composition sémiotique, sans y associer les cadres sociaux de sa production. Plusieurs spécialistes de l'étude des signes se sont penchés sur cette question, en abordant les produits de presse comme « *un ensemble de textes autonomes* » (Esquenazi, 2002 : 7). Au nombre de ces auteurs, Jean-Pierre Esquenazi (2002) mentionne Maurice Mouillaud et Jean-François Tétu, avec leur ouvrage *Le journal au quotidien* (1990) ; Guy Lochard et Jean-Claude Soulages, avec *Le langage des médias* (1998) ; François Jost, *La télévision du quotidien* (2001), etc. Ces auteurs ont analysé les produits médiatiques dans une perspective purement sémiotique. Par contre, d'autres travaux, tels que ceux d'Eliséo Véron, avec *Construire l'événement* (1981), ont ajouté à l'approche sémiotique une perspective sociologique (Esquenazi, 2002). Dans le panorama dressé par Yves de la Haye (1985) sur l'analyse de l'information de presse ayant emprunté cette approche linguistique, il ressort trois principaux types de démarches : l'analyse de presse de type morphologique, l'analyse de presse dans la tradition de l'analyse de contenu, l'analyse de presse dans la tradition de recherche mythologique. La première s'emploie à décomposer le journal dans ses différents éléments constitutifs pour évaluer le rapport interne de ses parties, afin de comparer les journaux entre eux. C'est l'analyse de corpus permettant « *de préciser un certain nombre d'aspects du travail journalistique qui semblent correspondre à de véritables "visions du monde"* » (Miège (dir.), 1986 : 24). La seconde s'intéresse à des fragments de différents journaux pour y découvrir les traces des renseignements sur les attitudes, les opinions ou les comportements des individus ou des groupes sociaux : c'est l'approche sémio-pragmatique qui s'emploie à démontrer que le vocabulaire et la structure des textes employés dans la presse sont sujets aux contraintes sociales de leur production. La troisième s'intéresse aux fragments des publications de masse, telles que les romans-photos, la publicité, qu'elle considère comme des mythes porteurs des représentations sociales (De la Haye, 1985).

La critique fondamentale formulée par Yves de la Haye à l'encontre de ces approches – et à laquelle nous souscrivons – porte sur la précision de la notion même de l'information de presse. Quoi que produit du langage, l'information médiatique se situe en effet à un niveau différent de n'importe quel autre type d'énoncé. La faiblesse de toutes ces démarches aura été

d'avoir méconnu ce caractère spécifique de l'énoncé de presse : « *Il manque la reconnaissance de ce constat simple : l'information est un fait social original [...]. Tout porte ordinairement à délier le fait social du fait de langue pour inspecter l'un et l'autre séparément* » (De la Haye, 1985 : 41). Il découle de ce constat une conséquence fondamentale dans l'analyse des produits médiatiques. Il ne s'agit plus de les aborder dans leur seul aspect linguistique, mais d'y associer également les contextes sociaux de leur production. Il n'est pas non plus question de se figer dans une analyse structurale des textes médiatiques ou, à l'inverse, de se cantonner dans une approche purement sociologique, comme le souligne Bernard Miège : « *Refus du structuralisme sémiotique et d'un certain "réductionnisme" sociologique* » (Miège (dir.), 1986 : 8). Il s'agit plutôt d'allier les deux démarches, en vue d'une approche interdisciplinaire dans l'analyse des produits médiatiques. La synthèse de ces deux approches est d'ailleurs au centre de l'*approche sémio-pragmatique* préconisée par Roger Odin, et qui se présente comme une démarche consistant dans l'articulation de ces « *deux mouvements contradictoires qui sont au cœur du processus communicationnel* » (Odin, 2011 : 16). Mais, en ce qui nous concerne, nous faisons plutôt recours à ce qu'Yves de la Haye appelait la *sociolinguistique*, c'est-à-dire une approche consistant à appréhender la langue comme une pratique sociale. Car, affirme Yves de la Haye, « *la pratique de la langue ne peut être comprise qu'à la condition d'être constamment analysée comme une pratique sociale* » (De la Haye, 1985 : 42). Si la langue relève d'une pratique sociale, l'information de presse, en tant que fait de langage, devient alors un construit social.

### **5.5.1.2. Un construit social**

La perspective envisagée par Yves de la Haye a connu un réel approfondissement dans l'approche développée par Jean-Pierre Esquenazi. En effet, ce dernier aborde la question de l'analyse des produits médiatiques dans une perspective beaucoup plus sociologique. C'est ce qu'il appelle une *approche socio-discursive des médias*, une approche théorique qui s'intéresse aux produits médiatiques « *plus comme des faits sociaux que comme des faits de langage* » (Esquenazi, 2002 : 8). Et le *fait social* est défini ici comme « *une expérience cadrée* », c'est-à-dire le résultat du passage de la réalité brute à l'énoncé par un acte d'énonciation, le *cadre* étant la modalité d'interprétation de l'expérience. En effet, « *identifier un événement parmi d'autres, c'est faire appel, en règle générale, et quelle que soit l'activité du moment, à un ou plusieurs cadres ou schèmes interprétatifs que l'on dira primaires parce*



que, mis en pratique, ils ne sont pas rapportés à une interprétation préalable ou "originale" » (Goffman, 1991: 30). Ce qui signifie que toute énonciation, c'est-à-dire « la mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel » ou l'expérience brute traduite dans un langage, est une interprétation de la réalité à partir des schèmes de pensée ou modalités d'interprétation propres à l'individu. Et le *fait* est ici assimilé à ce que le linguiste Dominique Maingueneau (1996) appelle l'*énoncé*, c'est-à-dire le résultat de cette opération d'énonciation ; il devient ainsi fonction des *cadres d'interprétation* de l'énonciateur. Tout énonciateur disposant de ses *cadres* propres, la même expérience pourrait alors être diversement interprétée.

Jean-Pierre Esquenazi distingue trois moments essentiels dans le passage de l'expérience au *fait* : le choix du cadre, le détachement du phénomène du reste de l'expérience et l'établissement de la position occupée par l'observateur. La distinction de ces trois moments explique le fait que toute « *factualisation* » implique « *trois espaces : celui de l'expérience, celui de la relation entretenue avec celle-ci et celui du rapport entre énonciateur et destinataire* » (Esquenazi, 2002 : 43). Ce qui renvoie à la présence des traces de l'énonciateur, voire du destinataire dans le *fait*, chaque énonciateur adaptant son énonciation au cadre qui le régit. L'inscription de tout énoncé dans un cadre précis d'énonciation est ce que Jean-Pierre Esquenazi appelle le *jeu de langage*, tel que nous l'avons déjà défini plus haut. C'est dire qu'un énoncé, ou un discours, est plus un usage social de la langue qu'une simple unité linguistique. Comme tel, il porte en lui les marques des contraintes sociales dans lesquelles évolue son énonciateur. Aucun fait ne peut ainsi prétendre à la neutralité, dans la mesure où chaque énonciateur est régi par une « *série de déterminations institutionnelles, langagières, psychologiques, etc.* » (Sirois-Trahan, 2002 : 188), qui sont des modalités de référencement de tout acte d'énonciation.

La conséquence au niveau de l'analyse des produits médiatiques, c'est qu'il faut aller au-delà de simples unités linguistiques que sont le mot ou la phrase, en les insérant dans leur contexte socioprofessionnel de production. Ce que ne permettrait pas l'analyse purement linguistique qui, dans le sillage de Dominique Maingueneau, par exemple, définit l'énoncé « *comme l'unité de communication élémentaire, une séquence verbale douée de sens et syntaxiquement complète* » (Maingueneau, 1996 : 36). Suivant cette définition, un énoncé renfermerait en lui-même son propre sens, indépendamment de toute référence aux conditions externes de sa production. Une simple décomposition des unités linguistiques qui le composent suffirait pour

retrouver son sens. Les unités linguistiques minimales porteuses de sens étant le mot et la phrase, « *la linguistique, à l'exception de l'analyse de conversations, limite le plus souvent son étude au mot et à la phrase. Elle n'envisage que rarement des unités plus vastes* », comme l'affirme Bruno Ollivier (2007 : 39). D'où la tendance pour la linguistique à se limiter souvent à la structure des textes.

Mais, pour Jean-Pierre Esquenazi, un *fait* ne devient une *nouvelle*, c'est-à-dire une information de presse, qu'une fois qu'elle est publicisée dans un média. Or, la publicisation d'un *fait* est un recadrage de l'expérience par les acteurs du média. En d'autres termes, une *nouvelle* est un *fait*, tel qu'il est représenté par un média (Esquenazi, 2002 : 46). La *nouvelle* est ainsi, pour Jean-Pierre Esquenazi, ce qu'Yves de la Haye appelle « *une seconde cuisson* », c'est-à-dire la transformation d'un énoncé en information ou nouvelle sous l'influence des cadres internes et externes à l'organe de presse (De la Haye, 1985). Les journalistes appliquent leurs propres *cadres* aux *cadres primaires* des acteurs sociaux, pour obtenir ces nouvelles qui constituent la base de l'actualité. Et les cadres seconds, à travers lesquels les journalistes appréhendent les *faits*, sont « *des traducteurs médiatiques de l'expérience* » (Esquenazi, 2002 : 47) ; ils témoignent ainsi de l'orientation éditoriale de chaque titre de presse, car chaque « *média possède ses propres cadres (qui sont donc des recadrages) ; ceux-ci en nombre limité, manifestent sa logique éditoriale* » (Esquenazi, 2002 : 47). L'information médiatique apparaît alors comme une mise en scène de l'expérience par un organe de presse donné. Cette mise en scène, ou publicisation des *faits*, obéit à l'orientation éditoriale de chaque organe de presse. D'où la sélectivité qui s'opère au niveau aussi bien des *faits* (la collecte de l'information) à publiciser que des modalisés de leur mise en scène (le traitement de l'information). Ainsi, pour Jean-Pierre Esquenazi (2002), la première opération des médias est sélective, car de nombreux *faits de l'expérience* ne s'inscrivent jamais dans le discours médiatique. L'inscription d'un *fait de l'expérience* dans un discours médiatique obéit toujours à une mise en scène spécifique, la scène étant « *plus qu'une rubrique, un domaine orienté qui indique à la fois le type de faits et le style de traitement* » (Esquenazi, 2002 : 48). En un mot, une information médiatique est une « *refonte* » du « *fait de l'expérience* » dans des « *cadres médiatiques* » déterminés. Ce sont effectivement ces « *cadres médiatiques* », c'est-à-dire des logiques socioprofessionnelles de la communication présidant à la sélection des faits à publiciser et leur mise en scène médiatique dans des titres de presse congolais, que nous analysons dans notre recherche. Ces logiques nous intéressent, dans la mesure où elles orientent et structurent les pratiques professionnelles des journalistes ; elles s'avèrent

déterminantes dans l'appropriation d'Internet, au niveau des activités de collecte et de traitement de l'information de presse.

### 5.5.1.3. *Un acte de communication*

Au-delà de leurs spécificités, toutes ces approches théoriques ont l'avantage de nous éclairer sur la nature de l'information de presse en tant qu'objet d'échange. En effet, ce que l'on peut retenir de ces approches, c'est qu'elles ont toutes abordé l'information de presse comme un acte de communication. Et tout « *acte de communication est un objet d'échange entre deux instances, l'une d'énonciation et l'autre de réception, dont le sens dépend de la relation d'intentionnalité qui s'instaure entre celles-ci* » (Charaudeau, 1997 : 15). Comme telle, l'information de presse s'inscrit dans un *processus de transaction*, c'est-à-dire un processus qui « *consiste à construire la nouvelle en fonction de la manière dont l'instance médiatique imagine "l'instance réceptrice", laquelle réinterprète la nouvelle à sa manière* » (Charaudeau, 1997 : 72). Dans cette perspective, tout le travail d'une entreprise de presse est de « *savoir au mieux répondre aux attentes de ses publics* » car, « *pour qu'un acte de communication soit valide, les deux partenaires doivent être en mesure de reconnaître le cadre d'intentionnalité dans lequel celui-ci se produit* » (Charaudeau, 1997 : 41). C'est ce que Patrick Charaudeau (1997) appelle le *contrat de communication*, c'est-à-dire un cadre de référence auquel se rattachent les individus d'une communauté sociale lorsqu'ils entrent en communication ; il s'agit d'un ensemble de représentations socioculturelles à travers lesquelles une communauté sociale appréhende le réel. Et ces représentations socioculturelles s'appuient aussi bien sur des images mentales, elles-mêmes portées par du discours, que sur d'autres manifestations comportementales des individus vivant en société. Elles sont porteuses d'un discours justificatif des pratiques d'échanges sociaux, qu'elles érigent en norme et transforment en un système de valeurs en cours dans une communauté sociale (Charaudeau, 1997).

Le *contrat de communication* se réfère à ce que nous appelons le *processus d'intentionnalité discursive*, ou encore ce qu'Eliséo Veron (1985) appelait le *contrat de lecture*. On sait que la notion de *contrat de communication* a été sujette à controverses, le terme même de *contrat* suggérant une acceptation et une souscription du récepteur aux conditions d'échange qui lui seraient ainsi proposées. Ce qui n'est pas évident. En réaction au *contrat de communication*, François Jost propose (1999) la notion de *promesse*, qui n'impliquerait pas l'engagement du

récepteur dans l'échange proposé par l'instance émettrice, la promesse étant un acte unilatéral n'engageant que celui qui promet. En ce qui nous concerne, nous préférons le terme de *processus d'intentionnalité discursive*, dans la mesure où celui-ci renvoie à l'idée d'une négociation, donc à un mouvement d'échange dynamique et perpétuel, alors que le *contrat de communication* fait plutôt penser à une clause établie une fois pour toutes, comme si les représentations symboliques étaient figées et incapables de tout changement. Ce qui n'est pas le cas. Le public reste en effet un destinataire actif et libre, qui dispose de l'information et en modifie le sens selon son *horizon d'attente*, c'est-à-dire « *un ensemble d'attentes et de règles du jeu avec lesquelles les textes antérieurs l'ont familiarisé et qui, au fil de la lecture, peuvent être modulées, corrigées ou simplement reproduites* » (Jauss, 1978 : 56). À cet effet, les études sur la réception, notamment avec le courant des *Cultural Studies* (Mattelart A., Neveu, 2008), ont démontré que la réception des messages culturels ou informationnels est une *activité sociale*, c'est-à-dire qu'elle est fonction du milieu social, de l'âge, du genre, etc. On pourrait également évoquer ici la *sociologie des usages* dont la problématique de l'autonomie sociale, développée dans de nombreux travaux en France, a démontré le détournement par les usagers des usages prescrits, au profit des pratiques ordinaires : « *L'usage social des moyens de communication (médias de masse, nouvelles technologies) repose toujours sur une forme d'appropriation, l'utilisateur construisant ses usages selon ses sources d'intérêts* » (Jouët, 2000 : 501). Et Josiane Jouët (2000) définit l'appropriation comme un *procès*, c'est-à-dire un acte de se constituer un « *soi* ». Et Bertrand Cabedoche (2012) parle de cultures de l'*entre-soi*, pour prendre en compte le niveau méso de la communication. C'est dire que les publics reçoivent l'offre informationnelle en l'intégrant dans leurs propres imaginaires socioculturels. Les professionnels de l'information de presse sont ainsi obligés de négocier en permanence avec tous ces paramètres socioculturels, voire socio-psychologiques, qui sont à la fois variés et mouvants.

Jean-Maxence Granier (2011) préconise d'ailleurs le dépassement du *contrat de lecture*, pour parler de *contrat de conversation*, que Bertrand Cabedoche (2012) désigne par *cultures de l'entre-soi*. En effet, à l'heure du Web 2.0, avec la mise en œuvre des dispositifs socio-numériques d'interactivité dans la presse en ligne, le lecteur « *n'est plus seulement représenté dans l'espace sémiotique du titre [...], il est aussi potentiellement présent dans cet espace avec son propre discours, produisant éventuellement lui-même des contenus, interagissant avec d'autres au sein des réseaux sociaux sous l'égide du média, dialoguant avec le média lui-même* » (Granier, 2011 : 60). Il est toutefois important de distinguer ici la « *potentialité*

*participative* » de son « *effectivité* » car, « *si le web 2.0 est participatif par nature et par principe, la participation n'est peut-être ni si évidente ni si généralisée* » (Pynson, 2011 : 64). Autant dire que, quels que soient les dispositifs, aussi bien sémiotiques que socio-numériques, mobilisés dans la production et la diffusion de l'information de presse, on reste toujours au niveau de la *promesse*, c'est-à-dire de l'intention. D'où notre préférence pour le terme de *processus d'intentionnalité discursive*, pour désigner la relation d'échange qui peut s'instaurer entre les professionnels de la presse et leurs publics, dans le cadre de la production et de la diffusion de l'information de presse. En effet, la communication médiatique, dont participe l'information de presse, est une question de partage de valeurs socioculturelles entre les producteurs-diffuseurs et leurs publics-récepteurs car, au travers de cet acte de communication médiatique, « *ce sont des signes qui s'échangent en rapport avec des valeurs sociales ou culturelles* » (Mathien, 2003 : 16). C'est également autour de ces valeurs socioculturelles que se construit l'*identité discursive* d'un média.

## **Chapitre 6 : L'évolution des pratiques journalistiques à « l'ère d'Internet »**

### **6.1. Quelques précisions d'ordre théorique**

#### **6.1.1. La théorie de la structuration d'Antony Giddens**

Avant d'évoquer les tendances évolutives générales observées au niveau des pratiques journalistiques dans le cadre de l'introduction d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'information de presse, nous tenons à préciser le cadre théorique à travers lequel nous voulons saisir cette évolution de ces pratiques, notamment celles liées à la collecte et au traitement de l'information. Ce cadre est celui de la *théorie de la structuration* développée par le sociologue britannique Antony Giddens (1987). Dans la mesure où « *elle accorde une large place à l'action individuelle, sans faire abstraction des contraintes sociales qui s'exercent sur l'individu* » (De Bonville, 2002 : 168), la *théorie de la structuration* nous permet en effet d'expliquer le changement (ou l'absence de changement) dans les pratiques journalistiques que nous voulons observer, sans pourtant tomber dans le réductionnisme des sociologies de l'action, ni dans celui du structuralisme ou du fonctionnalisme. Envisageant les individus comme des acteurs sociaux compétents et disposant du pouvoir de changer la société, la théorie d'Antony Giddens soutient que c'est grâce à l'utilisation des *ressources* et à leur soumission à des *règles* – les *ressources* et les *règles* étant des *propriétés structurelles*, c'est-à-dire appartenant à des *systèmes sociaux* – que les individus acquièrent une *compétence*, qui leur permet d'influer sur le cours de leurs pratiques quotidiennes.

Dans son livre *La constitution de la société*<sup>53</sup>, Antony Giddens considère le *système social* comme le résultat d'une reproduction des interactions entre différents acteurs sociaux mutuellement engagés dans un flot quotidien et permanent d'actions. Ce sont ces interactions qui caractérisent le *système social*, d'où sortent des *règles* et des *ressources* : les interactions sociales reproduisent le *système social* qui, lui-même, est un ensemble de *règles* et de *ressources* dont se servent les acteurs sociaux ou *agents* dans leurs interactions. En agissant et interagissant, les acteurs sociaux produisent du sens, du pouvoir et de la légitimation. Dans

---

<sup>53</sup> Etant donné que nous allons constamment faire référence de cet ouvrage, le seul d'Antony Giddens que nous mobilisons ici, nous le référençons sous l'abréviation CS, suivi du numéro de la page.

cette perspective, la *structure* est envisagée à la fois comme le moyen (les *règles* et les *ressources*) et le résultat des interactions sociales (le *système social*). Commentant cette théorie, Jean De Bonville affirme que la « *structuration de la société, c'est-à-dire le maintien de ses propriétés structurelles, se produit donc du fait de l'activité même des acteurs* » (De Bonville, 2002 : 169). C'est ce qu'Antony Giddens lui-même appelle la *dualité du structurel*, qui est l'élément central de sa *théorie de la structuration*. En effet, selon ce sociologue, les *structures* sont des « *règles et ressources, ou ensembles de relations de transformation, organisées en tant que propriétés de systèmes sociaux* » (CS : 74). Les *ressources* sont ainsi des « *propriétés structurées de systèmes sociaux, que les agents compétents utilisent et reproduisent en cours d'interactions* » (CS : 64). Et la notion de *compétence* est à comprendre ici comme une rationalisation de l'action, c'est-à-dire une réflexivité de l'agent qui « *s'ancre dans le contrôle continu de l'action qu'exerce chaque être humain qui, en retour, attend des autres qu'ils exercent aussi un contrôle semblable* » (CS : 51). La *compétence* devient alors un savoir-faire à la fois théorique (conscience discursive) et pratique (conscience pratique) ; ce qu'Antony Giddens appelle le *savoir commun*, qui « *est inhérent à la capacité de "continuer" d'accomplir les routines de la vie sociale* » et dont « *la quasi-totalité [...] est de nature pratique* » (CS : 52). Et la *compétence* s'acquiert grâce à la maîtrise des règles de la vie sociale, qui sont conçues comme « *des techniques ou des procédures généralisables employées dans l'actualisation et la reproduction des pratiques sociales* » (CS : 70) ; elle se réfère, en quelque sorte, à la normalisation et à la standardisation de l'action sociale.

La mobilisation de la *compétence* dans une situation donnée est ce qu'Antony Giddens appelle la *performance*, qui se réfère ici à l'*action*, cette dernière renvoyant, non pas aux intentions de ceux qui font des choses, mais à leur capacité de les faire ; il s'agit de l'utilisation réelle de la compétence acquise dans une situation donnée. Par leurs actions, c'est-à-dire par la mobilisation de leur compétence, les agents participent au/à la renouvellement/reproduction du *système social* qui, lui-même, oriente les interactions sociales à travers ses *ressources* et ses *règles structurées*, dont se servent les agents. Car, rappelons-le, dans leurs interactions, les agents font usage du savoir lié à la mobilisation de ressources auxquelles ils ont accès, afin de reproduire leur capacité d'influencer les actions des autres. Les *ressources* appartenant aux collectivités, et non pas aux individus, c'est à travers des stratégies de contrôle que se révèlent des aspects de la pratique individuelle des acteurs sociaux, précise Jean De Bonville (2002). Il y a là comme une sorte d'appropriation individuelle des ressources collectives, en les intégrant dans des pratiques individuelles qui

permettent d'imprimer une marque personnelle dans les interactions sociales. C'est là que réside d'ailleurs le mérite de cette théorie, qui réalise une sorte de synthèse, entre les *sociologies de l'action* reposant sur l'affirmation d'une domination de l'individu sur les structures sociales, d'une part, et le *structuralisme* et le *fonctionnalisme* soutenant au contraire une domination des structures sociales sur l'individu, d'autre part.

La *dualité du structurel* renvoie en effet à l'idée d'une interaction entre le sujet et la structure sociale. Elle implique donc le rejet tout autant des considérations purement matérialistes et structuralistes, faisant de l'homme un être complètement absorbé par des forces sociales extérieures qui s'abattraient sur lui, que des explications purement autonomistes et idéalistes, pour lesquelles l'individu seul serait capable d'imprimer sa propre marque dans sa conduite quotidienne (Bernier, 2008). En réalité, les individus sont à la fois « *des acteurs normatifs et pragmatiques. Ils cherchent à affirmer leurs valeurs en même temps qu'ils intériorisent les contraintes auxquelles ils se conforment plus ou moins, en fonction des ressources culturelles, intellectuelles et matérielles dont ils disposent, et selon leur capacité à les mobiliser dans telle ou telle circonstance* » (Bernier, 2008 : 3). En d'autres termes, « *chaque individu est à la fois le produit d'une structure (par le processus de socialisation et de conditionnement) et [un] acteur qui contribue à faire la structure sociale et son devenir (en tant qu'il est porteur de propriétés sociales inscrites dans la structure)* » (Champagne, Christin, 2004 : 118). C'est ce processus de socialisation auquel il est soumis qui confère à l'individu une compétence dont la mobilisation lui permet d'agir et d'influer dans le cours de la vie sociale.

### **6.1.2. Le structurel rédactionnel d'un organe de presse**

En appliquant cette théorie à notre recherche, nous considérons l'entreprise de presse comme un *système social*, c'est-à-dire un ensemble de structures et de relations entre acteurs, reproduites et organisées en tant que pratiques sociales régulières (Giddens, 1987). Les structures sont donc l'ensemble de ressources et de services dont dispose une entreprise de presse pour réaliser ses activités de production et de diffusion de l'information. Ainsi définies, les structures d'un organe de presse sont sujettes à la hiérarchisation des tâches au sein de l'entreprise. Nous nous référons ici aux seules tâches de la rédaction, dans la mesure où notre recherche est orientée sur la collecte et le traitement de l'information. Et la structure concernée ici est celle de la rédaction, que nous appelons le *structurel rédactionnel* et qui se



définit comme un ensemble « *de règles et de ressources engagées dans la reproduction des systèmes sociaux* [les journaux ou entreprises de presse] *et dans l'articulation de ces systèmes entre eux* » (De Bonville, 2002 : 171), mais aussi avec d'autres espaces sociaux extérieurs au champ médiatique. Il s'agit de ressources dont dispose le service de rédaction d'un organe de presse, et qui peuvent consister en *ressources d'allocation*, c'est-à-dire des « *ressources matérielles engagées dans la génération du pouvoir* » et comprenant « *l'environnement naturel et les artefacts physiques* » (Giddens, 1987 : 443). Les agents évoluant dans ce *structurel rédactionnel*, ce sont évidemment des journalistes et tous les autres agents qui participent à la réalisation d'un journal, car « *les structures sont prises en charge par l'agent, elles permettent son action et sont reproduites par cette action* » (De Bonville, 2002 : 171).

Avant d'évoquer les différents agents qui interviennent dans le *structurel rédactionnel* d'un organe de presse, nous tenons à préciser la démarche qui est la nôtre. Il ne s'agit pas pour nous de discuter sur les positionnements de certains agents par rapport aux autres, ni sur les limites des fonctions des uns et des autres ; nous voulons simplement mettre en relief les mutations intervenues dans leurs pratiques avec l'introduction d'Internet dans les tâches rédactionnelles. En effet, notre préoccupation est orientée sur les logiques professionnelles et les stratégies internes aux entreprises de presse, plutôt que sur les pratiques individuelles des journalistes. En d'autres termes, nous essayons simplement de démontrer comment les *règles* et les *ressources*, allouées aux agents dans le cadre du traitement multimédiatique de l'information, modifient la *compétence* des uns et des autres et reconfigurent ainsi le *système social* qu'est l'entreprise de presse. Ce qui exclut donc l'analyse des jeux d'acteurs en interne, telles les stratégies de positionnement concurrentiel entre différents agents, chaque profession (dont celle formée par le groupe des journalistes) produisant « *une idéologie professionnelle* » et « *une représentation plus ou moins idéale et mythifiée d'elle-même* » (Bourdieu, 1996 : 11). Pour cette question, on peut se référer aux travaux de Bertrand Cabedoche, notamment sur le degré de déférence entre l'expert et le généraliste (Cabedoche, 2008), la fonctionnalité de l'image en termes d'*effet d'authenticité* (Cabedoche, 2003a), ou à ceux de Dominique Marchetti (2000) sur l'émergence d'un « *nouveau modèle d'excellence professionnelle* » à travers la pratique du *journalisme d'investigation*, cette dernière pratique étant considérée comme un facteur de distinction honorifique et de notoriété au sein de la profession. Quant à la question du rapport des producteurs d'information médiatique vis-à-vis de leurs sources, elle sera largement traitée dans la seconde partie de notre recherche, pour le cas spécifique de la presse congolaise.

Ceci dit, le *structurel rédactionnel* d'un organe de presse est traditionnellement constitué d'un rédacteur en chef, qui a la responsabilité générale de la conception et de la fabrication du journal. On y retrouve aussi un secrétaire de rédaction, dont la tâche essentielle est la réalisation et la fabrication du journal : c'est lui qui s'occupe de la mise en page, à laquelle participent également des secrétaires de rédaction et des maquettistes. Toutefois, selon l'importance du journal, chacun de ces derniers postes peut être doublé « *d'un rédacteur en chef technique ou d'un premier secrétaire de rédaction* » (Mathien, 2007 : 145). Au sein même de l'équipe de la rédaction, Michel Mathien distingue plusieurs types d'agents : le grand reporter, journaliste hautement qualifié intervenant sur des sujets délicats ; le reporter chargé de la collecte d'informations extérieures, de reportages, d'enquêtes et de comptes rendus ; des rédacteurs spécialisés dans une rubrique précise (faits divers, société, économie, politique, culture, sport, etc.) ; des rédacteurs sédentaires dont la tâche consiste dans la réécriture des dépêches d'agences ou d'articles de correspondants, ainsi que la révision de la copie du journal avant sa validation pour édition. Enfin, en dehors de la structure regroupant les différents journalistes-rédacteurs, on note une autre structure, celle du service photographique, composé de reporters-photographes. Ces derniers accomplissent la fonction d'illustration du journal, une fonction qui fait aussi appel à d'autres professionnels, tels que les reporters-dessinateurs et les rédacteurs-infographes, en charge des représentations graphiques liées à l'actualité (Mathien, 2007). On a là tout une chaîne d'agents aux compétences bien différentes, évoluant dans des services (structures) différents, mais dont la réalisation des tâches dévolues à chacun participe à la production du même journal.

Ainsi le *structurel rédactionnel* d'un journal comprend-il plusieurs structures liées à des compétences diverses, dont la finalité est la production de l'information de presse ou l'actualité. Et l'on note l'existence de compétences spécifiques au sein de chaque structure. Dans la structure « *service photographique* », par exemple, on retrouve aussi bien les reporters-photographes que les reporters-dessinateurs et les rédacteurs-infographes. Les différents services qui composent le *structurel rédactionnel* constituent donc autant de ressources et de règles dont dispose l'organe de presse, dans son activité de production de l'information. À chaque structure, on alloue des compétences particulières, c'est-à-dire tout « *ce que les acteurs connaissent (ou croient), de façon tacite ou discursive, sur les circonstances de leur action et de celles des autres, et qu'ils utilisent dans la production et la reproduction de l'action* » (Giddens, 1987 : 440). Ce qui veut dire que l'affectation d'un agent

à une structure donnée suppose l'acquisition par cet agent des compétences liées au fonctionnement de cette structure.

C'est ainsi que l'on peut sommairement présenter le *structurel rédactionnel* d'un organe de presse écrite dans le cadre de sa diffusion sur papier. Mais ce *structurel rédactionnel* connaît des mutations assez significatives à « l'ère d'Internet ». Et ce sont ces mutations que nous voulons saisir à travers les pratiques journalistiques en cours dans les entreprises de presse. Dans le cadre de la *théorie de la structuration* mobilisée ici, les pratiques journalistiques sont des interactions sociales qui participent de la reproduction ou du développement de l'entreprise de presse, dont l'évolution est étroitement liée aux différentes actions ou pratiques des agents, des actions qui sont ici conditionnées par l'orientation éditoriale (ressources structurées) du titre de presse (système social) et par d'autres contraintes extérieures à l'entreprise.

## **6.2. Quelques tendances évolutives déjà relevées dans certains travaux**

### **6.2.1. Le marketing informationnel**

L'une des tendances observées à l'heure actuelle réside dans la *diversité de l'information*. Cette diversité se traduit autant par la multiplication de supports médiatiques que par la variété des contenus élaborés pour joindre un public éclaté (Chartier, 2003). En effet, le choix des faits à publiciser et des modalités de leur mise en scène médiatique aboutit à des opérations de marketing, consistant en la segmentation des publics, voire la diversification de l'offre informationnelle et la multiplication de supports médiatiques au sein d'un même titre de presse, afin d'élargir l'audience et augmenter ainsi les parts de marché (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002 ; Bouquillion, Combès (dir.), 2011). Ces opérations exigent, à leur tour, l'acquisition de nouvelles compétences, entraînant du coup une évolution des pratiques professionnelles, qui aboutit parfois à l'exigence d'une polyvalence professionnelle, voire une externalisation des tâches dans le procès de travail des entreprises de presse. Et, selon Bernard Miège, le recours aux techniques du marketing, même dans la phase de conception, est l'une des caractéristiques du procès de travail des industries culturelles et informationnelles observées actuellement avec le développement des TIC (Miège, 2003). Cela conduit bien évidemment les entreprises de presse à s'intéresser à leurs publics, car les

discours journalistiques ont pour objectif de « *construire une représentation symbolique* » des territoires comme des lieux d'échanges, d'actions collectives, de processus institutionnels. La tendance à la construction des territoires communs est particulièrement accentuée au niveau de la presse quotidienne régionale en France (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002). Le discours journalistique, qu'est l'information de presse, est ainsi enserré « *dans des effets de commande (explicites ou implicites) qui imposent au journaliste des façons d'aborder les problèmes conditionnées par les attentes supposées du public* » (Delforce, Noyer, 1999 : 33), et ce dans une posture de *co-construction sociale* du sens, à laquelle est supposé participer le traitement médiatique de l'information.

Toutes ces opérations visent à obtenir, au mieux possible, une certaine correspondance entre le contenu de l'information et les représentations socioculturelles des publics visés. Les *faits*, c'est-à-dire les thèmes ou les phénomènes traités, sont abordés dans cette optique, qui se présente alors comme une règle régissant l'action des journalistes au sein de l'entreprise de presse. Ainsi, pour Bernard Delforce et Jacques Noyer, « *la ligne éditoriale, la charte rédactionnelle remplissent un "effet de commande" qui positionne, par anticipation, le journaliste dans une posture d'observation et de traitement de ce qu'il n'a pas encore traité mais qui se trouve pré-cadré par ce qui, de fait, devient une sorte de quasi-commande* » (Delforce, Noyer, 1999 : 35). Ce qui fait que le traitement d'un même *fait* peut varier d'un titre de presse à un autre, voire d'un public à un autre, chaque titre (et chaque support) l'enserrant dans son identité discursive propre. C'est de cette logique que participerait l'interactivité de la relation entre les professionnels de la presse et leurs publics, une logique que nous avons déjà signalée comme étant l'un des aspects caractéristiques de la reconfiguration des entreprises de presse à « *l'ère d'Internet* ». Le marketing informationnel s'appuie en effet sur l'idée de la valorisation de l'information comme produit d'échange, une valorisation qui se fait à une double échelle marchande et symbolique. Ce que Patrick Charaudeau appelle, en d'autres termes, la *double visée* de l'information médiatique : une visée de « *faire savoir* », ou *une visée d'information* à proprement parler, qui tend à produire un objet de savoir selon une logique civique : informer le citoyen ; une visée de « *faire ressentir* », ou *visée de captation*, qui tend à produire un objet de consommation marchande selon une logique commerciale : « *capter le plus grand nombre pour survivre à la concurrence, mais aussi éthique : séduire pour éduquer* » (Charaudeau, 1997 : 73). Cette double échelle de valorisation participe donc d'une stratégie de réduction de l'incertitude de la valorisation du produit informationnel. Ce qui, au niveau des entreprises de presse, induit des

opérations de prise de contact, avec des publics auxquels elles proposent leurs produits médiatiques. L'information médiatique étant un bien expérientiel, les entreprises de presse sont obligées d'engager des opérations de sélection et de signalisation capables de susciter le désir de l'expérience auprès des publics, en s'appuyant sur leurs identités discursives respectives (Sonnac, 2009) ; l'objectif est de réduire l'incertitude de la valorisation du produit informationnel, en créant une sorte de rencontre symbolique entre les produits médiatiques et leurs publics.

Les opérations de prise de contact avec les publics participent de logiques d'ordre autant économique et commercial que symbolique, bien qu'il arrive parfois que la dimension symbolique ne serve que de caution morale à des stratégies purement économiques, mais savamment enveloppées dans une offre informationnelle plutôt alléchante pour une catégorie donnée de publics. Il s'agit en effet d'opérations de communication dont l'objectif est de capter les publics, c'est-à-dire de les « *retenir* », tout en les « *dissuadant d'aller "voir ailleurs" – dans d'autres pages, sur d'autres chaînes, sur d'autres sites* » (Cornu, 2003 : 14). Aussi les médias, en général, auraient-ils basculé d'une économie de la demande à une économie de l'offre. Et, pour les chercheurs canadiens Jean Charron et Jean de Bonville, les opérations de marketing constitueraient autant de facteurs déterminants dans l'amorce d'une mutation observée dès la fin du 20<sup>ème</sup> siècle au sein du champ journalistique, passant ainsi d'un *journalisme d'information* vers un *journalisme de communication* (Charron, De Bonville, 1996a ; 1996b). Par ailleurs, cette dernière forme de journalisme aurait induit, à son tour, un « *journalisme de marché* », qui se résumerait en un « *mélange de plus en plus répandu entre l'information et le commerce en ligne* », et dont la priorité semble porter moins sur l'aspect rédactionnel que sur la rentabilité (Cornu, 2003 : 14). Ce sont donc ces opérations, liées aussi bien à des logiques économiques et commerciales qu'à des enjeux symboliques, que les TIC, en tant que dispositifs techniques, accompagneraient au sein des entreprises de presse.

Ces opérations se font aussi bien en amont qu'en aval, c'est-à-dire autant dans la collecte et le traitement de l'information que dans la vente du produit informationnel. Mais ce sont plutôt les opérations menées en amont qui nous intéressent ici. En effet, ces opérations permettent aux journalistes de légitimer leur fonction auprès des publics, dans la mesure où elles participent du *processus d'intentionnalité discursive*, c'est-à-dire de la négociation entre les producteurs-diffuseurs et les publics-récepteurs, en vue d'aboutir à une apparente

convergence dans la représentation symbolique de la réalité sociale. Se présentant comme une définition collective ou une *co-construction* de la réalité sociale entre les deux instances, cette apparente convergence participe de la légitimité de la fonction journalistique. La légitimité s'entend ici comme un processus qui rend tolérable, voire désirable l'existence d'une institution, d'un leader ou d'un groupe d'agents sociaux (Lagroye, 1985). Les opérations de prise de contact, ou mieux encore ce dialogue avec les publics, participent ainsi des enjeux de légitimation de la fonction journalistique. Dès lors, il est important de savoir comment ces opérations se présentent au niveau des entreprises de presse congolaises, comment les TIC sont mobilisées dans la réalisation de ces opérations, et comment les pratiques professionnelles journalistiques s'en trouveraient modifiées ou non.

### **6.2.2. La multimodalisation du traitement de l'information**

L'usage d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'information s'est également traduit par un traitement multimodal, ou multimédiatique de l'information. Avec Internet, l'information change de structure, en s'accommodant à la technique avec laquelle elle est traitée. Nous avons en effet relevé qu'Internet était une concentration de plusieurs technologies. De ce fait, il est caractéristique du mode d'organisation sociale qu'il entend imprégner, celui de la « *société en réseaux* ». Aussi l'information traitée avec ce dispositif technique devient-elle une « *information en réseaux* », car concentrant en elle plusieurs techniques d'écriture, du texte au son, en passant par l'image fixe et/ou animée, la graphique, la vidéo, etc. C'est l'*hypertexte*, c'est-à-dire un écrit d'écran « *combinant texte, image et son, souvent non linéaire, dans lequel le passage d'une page-écran à une autre se fait en activant des zones d'écran (liens)* » (Ollivier, 2007 : 263). Dans ce contexte, l'information devient « *comme un agrégat d'entrées vers différents modes de représentation de faits : textes, images, son* », affirme le praticien Alain Joannès, précisant que cette « *technique de narration porte le nom de rich media* » (Joannès, 2007 : 30). Une nouvelle technique d'écriture de presse serait ainsi née. La technique est à comprendre ici dans son étymologie grecque, désignant « *la manière de faire, le tour de main d'un artisan, donc le savoir-faire* » (Ollivier, 2007 : 117). Comme telle, elle se réfère à la production de messages (et de fabrication sur supports maniables, qui implique un temps de transport) et à la transmission (instantanée) de messages par canal (ondes hertziennes, câbles) vers un terminal (récepteur, écran) (Lavoinne, 1997).

Cette nouvelle technique d'écriture mobilise donc plusieurs autres techniques. En effet, selon John Vernon Pavlik, « *Internet non seulement intègre toutes les capacités des vieux médias (le texte, l'image, les graphiques, l'animation, l'audio, la vidéo, le rendu en temps réel) mais offre un large spectre de nouvelles capacités permettant l'interactivité, l'accès à la demande, le contrôle des usages, l'adaptation aux besoins individuels des consommateurs* » (Pavlik, 2001 : 3). Ce qui veut dire que, pour produire une information multimédiatique, il faut mettre en œuvre plusieurs techniques de codification des faits de l'expérience. Car la multimodalité renvoie à la multidiffusion, dans la mesure où l'information est produite pour être diffusée. Des techniques, qui jusque-là étaient utilisées les unes indépendamment des autres, sont ici convoquées pour réaliser un seul produit : « *Le message est constitué de pages de la taille d'un écran pouvant contenir texte, image et son* » (Ollivier, 2007 : 152). L'information prend alors la structure du réseau, parce que construite à base de plusieurs techniques de codification du message. On est ainsi en présence de produits multimédias, mis en ligne et marqués par la combinaison du matériel audiovisuel, de l'informatique et des télécommunications (Gollac (dir.), 2003), et se présentant comme l'évidence d'une convergence technique inouïe.

#### **6.2.2.1. La reconfiguration des compétences journalistiques**

On sait que la presse écrite était principalement fondée sur le texte, l'image fixe et la graphique. Le travail des agents consistait alors dans l'écriture des textes, la prise d'images fixes et le dessin. Les ressources allouées au *structurel rédactionnel* étaient donc orientées vers l'acquisition des compétences liées au traitement de texte, de l'image fixe et de la graphique. Le traitement de l'information généré par l'usage d'Internet pose alors un problème de compétences, au niveau des professionnels de la presse. Car, s'il faut produire une information multimodale, il faut acquérir d'autres compétences, c'est-à-dire d'autres savoir-faire, d'autres manières de faire, mais aussi d'autres supports de diffusion, puisqu'il s'agit de passer du papier à l'écran. Le changement d'écriture implique ainsi le changement de support. Ce sont les compétences afférentes à l'écriture d'écran qui sont recherchées ici. Et, en dehors de la technique associée à l'écriture du texte, il faut faire appel à celles relatives à la réalisation d'images aminées, de la vidéo et du son. Or, ces manières de faire sont spécifiques à d'autres secteurs de la presse, tels que la télévision et la radio. Réaliser une information multimodale revient donc à confiner dans une même structure des compétences

variées, voire extérieures à la structure. Il s'agit de concentrer dans un même système social des savoir-faire appartenant à des systèmes sociaux distincts.

Ce qui est déterminant ici, ce n'est pas tant la technique en soi que l'action de l'homme qui est appelée à se transformer, en transformant le savoir savoir-faire d'un secteur déterminé de la production médiatique : la presse écrite, où les « *journalistes se sont vus exiger de nouvelles compétences techniques dont ils se seraient bien passé (pour la vieille génération, du moins)* »<sup>54</sup>. C'est dire que l'intégration du mythe de la « *société de l'information* » dans l'activité de la presse écrite induit l'allocation de nouvelles *ressources* et *règles* aux agents évoluant dans ce secteur, d'autant plus que toute appropriation d'une nouvelle technique « *met en jeu des processus d'acquisition de savoirs (découverte de la logique et des fonctionnalités de l'objet), de savoir-faire (apprentissage des codes et du mode opératoire de la machine), et d'habiletés pratiques* » (Jouët, 2000 : 501). En effet, l'entreprise de presse « *est censée être portée par un corps de professionnels qui a concentré sur lui l'essentiel de la problématique sociétale en lien avec les rôles et les fonctions assumées avec les éditeurs* » (Mathien, 2007 : 245). De fait, l'allocation de nouvelles *ressources* et *règles* aux agents devient déterminante dans la réalisation du produit informationnel offert par la presse écrite à « *l'ère de la société en réseaux* ». Ce qui, du coup, pose le problème de la réorganisation de l'activité de production au niveau de l'entreprise de presse.

Selon Michel Mathien (2007), l'introduction des TIC dans la presse se serait soldée par quelques mutations dans la hiérarchisation des tâches au sein des rédactions. Dans les années 1970, l'informatisation des tâches rédactionnelles a posé un problème d'harmonisation entre les services techniques et ceux de la rédaction proprement dite. En effet, la réalisation des écrits d'écran suppose une maîtrise des procédés techniques mobilisés pour cette fin, comme la numérisation et la segmentation des données dans le cadre d'une diffusion en ligne. Et les agents, censés être plus aptes dans l'acquisition de cette compétence technique, étaient évidemment ceux opérant dans les services techniques, tels que les maquettistes ou les metteurs en page. Ainsi s'est posé le problème de la répartition des tâches entre différents services ou structures. Pour résoudre ce problème, au niveau de la presse française, par exemple, « *des protocoles ont été signés dans presque tous les types de presse à propos des*

---

<sup>54</sup> Cf. *JourNet*, « Nouvelles technologies et journalisme : métiers en mutations » [en ligne] : [http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=19078&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19078&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) consulté le 05/06/2012).



*systèmes de rédaction électronique afin de préserver la responsabilité des journalistes sur la mise en forme de l'information et sur la présentation, qu'ils soient rédacteurs ou secrétaires de rédaction, quitte à introduire dans cette dernière catégorie de professionnels des metteurs en page relevant de la chaîne technique* » (Mathien, 2007 : 246). On en serait donc arrivé à une remise en cause de la structuration traditionnelle de l'organe de presse, en rendant aléatoires les frontières entre les deux services rédactionnel et technique. La « *numérisation a également permis dans chacun des médias d'alléger les structures techniques, mais aussi rédactionnelles, en même temps que remontaient vers les journalistes d'anciennes tâches techniques (mise en page, montage, prise de son, etc.)* » (Charon, 2011 : 17). On assiste donc à un réaménagement du *structurel rédactionnel*.

Le glissement de la catégorie technique dans la catégorie rédactionnelle crée alors une confusion entre les deux. La conséquence est qu'un agent technique peut devenir agent rédactionnel, et vice-versa. Pour les agents, l'intrusion dans l'un ou l'autre service suppose l'acquisition d'une compétence supplémentaire à la compétence initiale. Et si un même agent peut cumuler en lui les deux compétences rédactionnelle et technique, on aboutirait à une concentration structurelle, les deux services rédactionnel et technique pouvant être fusionnés en un seul. Au journal *Le Monde*, par exemple, on ne parle plus en termes de « *services* » mais de « *séquences* »<sup>55</sup>, mettant ainsi en exergue, autant la fluidité des frontières entre les deux services rédactionnel et technique, que la permutabilité des agents y évoluant. Ce réaménagement impose aux agents l'acquisition d'une compétence polyvalente. Et, inversement, l'acquisition de cette compétence polyvalente par les agents induit une restructuration de l'organe de presse, qui se traduit par une concentration (ou permutabilité) des services. Au niveau de la culture d'entreprise, le changement peut se lire ici comme un passage de la spécialisation à la polyvalence, de la culture technique à la culture générale, et vice-versa. Une question qui peut être transposée sur la scène de la formation professionnelle des journalistes : faut-il une formation technique ou une culture générale ? La réponse à cette question donne lieu à des positionnements divers et variés. Pour Patrick-Yves Badillo, la culture générale devrait l'emporter sur l'approche techniciste : « *Parmi les conditions pour des formations pertinentes il faut bien sûr souligner le rôle de la culture générale, de l'histoire, de l'éthique et de la déontologie au-delà des techniques et de la technologie* »

---

<sup>55</sup> Cf. *JourNet*, « Nouvelles technologies et journalisme : métiers en mutations » [en ligne] : [http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL\\_ID=19078&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19078&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) consulté le 05/06/2012).

(Badillo, 2005). Par ailleurs, cette question a donné lieu à une structuration du champ journalistique autour d'une opposition bipolaire, entre un pôle « *généraliste* » et un pôle « *spécialisé* » (Marchetti, 2002), participant ainsi des transformations qu'on y observe depuis plusieurs décennies.

Au-delà de ce débat sur la formation des journalistes, il faut noter que la concentration structurelle relative à l'acquisition d'une compétence polyvalente n'est pas un mouvement spécifiquement lié à l'introduction d'Internet dans l'écriture de presse. Cette concentration participe en effet d'une stratégie économique fondée sur la logique de rationalisation consistant en la réduction des coûts. Car l'objectif recherché dans cette logique de concentration des services, c'est la réduction du personnel, donc des coûts liés à la rémunération des agents. D'ailleurs, certains professionnels eux-mêmes le reconnaissent : « *La polyvalence journalistique s'impose dans les organes d'information sous contraintes économiques* » (Joannes, 2007 : 43). C'est dire tout le poids de la logique économique dans la mise en œuvre de cette logique, au-delà des déterminations techniques qui peuvent la justifier. Pour faire face aux contraintes économiques, certaines entreprises de presse s'étaient déjà alignées sur une organisation non intégrée, consistant en l'externalisation de certaines tâches, telles que l'impression, le routage, l'expédition et la distribution, sans oublier la publicité en régie directe, la promotion des ventes, la gestion des abonnements et la gestion en général (gestion administrative et financière, gestion du personnel) ; ces tâches sont confiées à des partenaires extérieurs à l'entreprise, celle-ci ne pouvant garder que les fonctions d'édition, à savoir la conception et la réalisation rédactionnelle (Mathien, 2003). Autant dire que la concentration structurelle et la recherche de la polyvalence au niveau de la presse sont une logique professionnelle déjà en cours et qu'Internet n'aurait fait qu'accompagner.

Toujours au sujet de l'évolution des pratiques professionnelles liées au traitement multimédiatique de l'information, il existe en fait plusieurs logiques de fonctionnement. Dans la presse française, par exemple, on observe deux tendances générales, comme nous l'a confié Jean-Paul Fritz, chef du *Département nouveaux médias* au journal *Le Dauphiné Libéré* :

Il y a deux écoles en matière d'Internet dans la presse. Il y a une école qui a été longtemps représentée par *Le Monde*, par *L'Equipe*, qui consiste à créer une nouvelle rédaction multimédia parallèle à l'édition papier. Et l'autre, que j'ai prônée depuis le début, est l'école de l'intégration : c'est la même rédaction qui fournit sur les différents supports [...]. Ça

augmente la performance dans la mesure où on a la capacité de travailler sur plusieurs supports en même temps<sup>56</sup>.

Dans les deux cas, on assiste à une double logique, celle de *génération*, s'affirmant par l'apparition d'un nouveau modèle de presse avec ses modes d'écriture et de diffusion propres, et celle *combinatoire*, qui s'articule autour de la réorganisation de l'ancien modèle par l'association de nouveaux modes d'écriture et de diffusion accompagnés par Internet. Ce qui semble évident, c'est que la presse est à la recherche d'un nouveau modèle socio-économique, qui ne va pas de soi. Alors qu'on avait d'abord assisté à des titres diffusant traditionnellement sur papier et qui, par la suite, s'étaient mis en ligne, on voit paraître aujourd'hui des titres nés pourtant en ligne et fonctionnant sous le modèle de sites gratuits, mais s'engageant dans la diffusion sur papier et sous un modèle payant ; c'est le cas de *Rue89*, fondé en 2007 par d'anciens journalistes de *Libération*, qui publie depuis 2010 un mensuel imprimé et vendu en kiosque. Il y a donc de quoi s'interroger sur ces scénarios-catastrophes envisagés par certains praticiens et essayistes, évoquant l'éventualité d'une substitution de la presse électronique à la presse papier (Fogel, Patino, 2005). Les tendances observées aujourd'hui penchent moins sur la cannibalisation que sur la complémentarité entre la presse papier et la presse en ligne (Salles, 2010).

#### **6.2.2.2. Une articulation entre impératif socio-économique et convergence technique**

Il faut enfin reconnaître que « *l'écriture en réseaux* » participe aussi bien d'un impératif socio-économique que d'une convergence technique : à la fragmentation des pratiques sociales, la presse entend répondre par une segmentation de l'offre informationnelle. La consommation médiatique est en effet liée au temps et à l'espace. Il y a ainsi un temps et un espace pour chaque média. C'est ce que l'on pourrait appeler, pour simplifier, les *temps de lecture*, ce terme incluant à la fois la lecture comme telle, l'écoute et le visionnage. Des études ont en effet démontré que la diversification des modes de traitement de l'information, qui s'est par ailleurs traduite par cette structuration bipolaire du champ journalistique évoquée ci-dessus, est liée, autant à la complexité de la réalité et de la diversité des activités sociales à couvrir, qu'au développement de l'information de service ou de l'information pratique

---

<sup>56</sup> Entretien avec Jean-Paul FRITZ, chef du *Département nouveaux médias* au journal *Le Dauphiné Libéré*, réalisé le 27 février 2009, dans les locaux de la rédaction de *Grenews.com* à Grenoble, dans le cadre du mémoire de Master 2.

(Ringoot, Ruellan, 2006). En rapport avec la complexité de la réalité et la diversité des activités sociales, il existe donc plusieurs *temps de lecture*, liés à l'espace et au temps : « *Quand on est dans sa voiture, on écoute la radio. De la même manière, les gens qui sont chez eux [...], si on leur livrait le journal à domicile et s'ils sont lecteurs du Dauphiné Libéré, au petit déjeuner, ils vont ouvrir le journal devant eux. En revanche, quand ils vont arriver au travail [...], ils vont aller sur Internet* »<sup>57</sup>. On peut ainsi affecter des données aux modes de lecture les plus adaptés à chaque situation et à chaque public. Certaines données seront plus adaptées au texte, d'autres au son, d'autres encore à l'image ou à la graphique, etc. La météo et la pluie se prêteraient mieux à la graphique, tandis que les périls seraient mieux saisis au moyen de l'image ou de la vidéo, et le compte rendu d'une réunion par le son ou le texte (Joannès, 2007).

Pour les professionnels de la presse, le traitement multimédiatique de l'information se présenterait comme une réponse au chaos définitionnel du *sens*, causé autant par l'éclatement du réel que par la diversité (voire la divergence) des représentations socioculturelles. La convergence technique accompagnerait ainsi une demande sociale liée à la diversité de modes de lecture des événements et à la fragmentation de la consommation médiatique ; elle accompagnerait un marketing médiatique, dont l'objectif affiché serait d'accroître l'audience du tire de presse (Mathien, 2003). Ainsi, là « *où les internautes paraissent trouver avantage dans les conversations, les échanges en réseau, le partage des expériences singulières, les journalistes s'attachent désormais à des perspectives d'accroissement des flux d'audience, de marketing communautaire et de captation de contenus non onéreux* » (Ruellan, 2011 : 214). Il s'agit là d'ailleurs d'une approche de l'information médiatique renvoyant à ce terme polysémique de *diversité culturelle*, qui est omniprésent dans les débats contemporains sur les *industries culturelles* et leurs mutations (Bouquillion, Combès (dir.), 2011). C'est ainsi qu'en France, par exemple, *Grenews.com* fut créé pour attirer « *prioritairement les jeunes urbains qui ne se reconnaissent pas dans les contenus du Dauphiné Libéré [...]* Il y a des informations qui intéressent les jeunes, il y en a qui les intéressent beaucoup moins [...] Et le but est justement d'arrêter de faire du journalisme universel où l'on parle de tout sur tous les supports »<sup>58</sup>, précise Jean-Paul Fritz.

---

<sup>57</sup> Entretien avec Jean-Paul FRITZ, chef du *Département nouveaux médias* au journal *Le Dauphiné Libéré*, réalisé le 27 février 2009, dans les locaux de la rédaction de *Grenews.com* à Grenoble, dans le cadre du Master 2.

<sup>58</sup> *Id.*

Enfin, ces pratiques professionnelles renvoient à une posture stratégique de renouvellement de l'idéal de la « *démocratie des masses* », un idéal sous lequel serait fondée la légitimité même de la fonction journalistique, comme nous l'avons déjà évoqué. On est donc dans une logique de libéralisation de la relation entre la presse et ses publics. Les professionnels de la presse se serviraient en effet de toutes les opportunités offertes par Internet, pour instaurer une relation interactive entre la presse et les différents types de publics, l'objectif étant d'intéresser davantage des publics à l'offre informationnelle élaborée dans une relation de coopération inclusive, entre l'instance de production et celle de réception. Aussi les discours sur la *diversité culturelle* s'inscrivent-ils dans une logique de contribution des industries culturelles à la construction des rapports sociaux et politiques (Bouquillion, Combès (dir.), 2011), dans la mesure où l'interactivité de la relation « *presse-publics* » et la diversification de l'offre informationnelle prétendent répondre à l'idéal démocratique.

## **Conclusion partielle**

Notre analyse vient de démontrer une affiliation des discours de promotion des TIC au rapport entre « *société de l'information* » et développement, la première étant apparu ici comme une réelle posture de construction d'un « *nouvel objet de rapports de force économiques, politiques et géopolitiques* » (Schafer, Le Crosnier, 2011 : 9-10) entre différentes composantes sociales, au niveau tant national qu'international. Ce rapport trouve son explication dans un *paradigme informationnel de développement*, faisant de la diffusion de l'information la base de développement pour toute société. Cela s'est traduit, au niveau de la société congolaise, par la mobilisation de la presse – et des autres médias –, en tant que vecteur de l'information, dans la vulgarisation des politiques développementales préconisées par les pouvoirs publics. Ainsi, avec « *l'injonction technologique* » relative à la dissémination planétaire de la notion de « *société de l'information* », l'usage des TIC est considéré comme le facteur clé de tout développement à l'échelle planétaire. Au niveau général, cette vision a induit une dynamique de développement basée sur l'usage d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'information dans les entreprises de presse. L'appropriation professionnelle d'Internet s'est alors accompagnée d'une évolution des pratiques journalistiques, ayant entraîné une certaine reconfiguration des entreprises de presse à « *l'ère du tout numérique* ». Cette reconfiguration s'observe, entre autres, à travers le marketing informationnel, le traitement multimédiatique de l'information, l'interactivité de la communication médiatique, la diversification de l'offre informationnelle et des supports de diffusion, ainsi que par une fluctuation dans la définition d'un modèle socio-économique de presse. Par ailleurs, l'informatisation des tâches rédactionnelles, conduisant à la réalisation des écrits d'écran, apparaît comme une norme de développement des entreprises de presse à l'heure actuelle. Elle a induit des mutations significatives dans la hiérarchisation des tâches au sein des rédactions. Au niveau de la presse française, par exemple, l'on assiste à un réaménagement organisationnel entre les services techniques et ceux de la rédaction proprement dite, remettant ainsi en cause la hiérarchisation traditionnelle des tâches rédactionnelles.

Mais loin d'être un simple fait d'innovation technologique, le traitement multimédiatique de l'information – que l'on peut considérer comme l'un des aspects les plus fondamentaux de cette reconfiguration, du fait de sa transversalité à tous les autres aspects dont il facilite la

mise en œuvre – est apparu comme la résultante d’une articulation entre convergence technique et impératif socio-économique, voire politique. Cet impératif se décline en termes, aussi bien d’adaptation de l’offre informationnelle à une fragmentation de la consommation médiatique liée à la diversité des *temps de lecture*, que de posture professionnelle de légitimation de la fonction journalistique consistant dans le renouvellement de l’idéal démocratique. Cette perspective est fondée sur la caractéristique même de l’information, qui est marquée par une double échelle de valorisation économique et symbolique. Dès lors, les pratiques journalistiques sont orientées vers l’établissement d’une relation d’échange entre l’instance de production et celle de réception. D’où la mise en œuvre d’une *stratégie de capitalisation* des NPCI. Ce qui s’est traduit par l’interactivité communicationnelle entre les journalistes et les différents publics-usagers. Et cette interactivité s’est accompagnée d’une recomposition des rapports de force entre les différents sommets du *triangle journalistique*, dont la conséquence majeure est l’intrusion des *publics ordinaires* dans le sommet des *sources* et celui des *pairs*.

D’une manière générale, on peut donc affirmer qu’à « l’ère d’Internet », l’évolution des pratiques journalistiques, notamment en matière de collecte et de traitement de l’information, est structurée autour de cette recomposition des rapports de force entre les journalistes et leurs différents publics. On serait passé d’une relation d’exclusivité à une relation d’inclusivité dans la mise en scène, aussi bien des *publics sources* que des *publics pairs*, comme en témoigne bien la *stratégie de capitalisation* des NPCI par les médias dits « *traditionnels* ». Toutefois, l’inclusivité prônée de la relation « *presse-publics* » ne va pas toujours de soi, car la sélectivité des discours et des expériences à médiatiser ne serait pas pour autant bannie dans les médias « *classiques* », comme nous le verrons dans la seconde partie de notre recherche. Par ailleurs, la question de la légitimité de l’intrusion des *publics ordinaires* dans le sommet des *pairs* et celui des *sources* reste toujours en débats, les « *professionnels* » du champ journalistique s’agrippant encore à l’identité juridico-éthique, et non pas à une quelconque identité numérique<sup>59</sup> de leur métier. Mais qu’en est-il au niveau de la presse congolaise, en particulier ? Comment se décline l’évolution (si évolution il y a) des pratiques professionnelles dans les entreprises de presse congolaises ? Quelles sont les logiques qui y structurent les postures journalistiques dans ce cadre de l’émergence de « *nouvelles* »

---

<sup>59</sup> A propos de la notion d’*identité numérique*, on peut se référer au dossier *Identité numérique*, dirigé par Jean-Paul Pinte et publié dans *Les Cahiers du Numérique*, vol.7, n°1/2011.

pratiques communicationnelles liées à l'appropriation publique d'Internet? C'est que ce que nous allons aborder dans la seconde partie de notre recherche.



## **Deuxième partie**

**La cristallisation de l'usage des technologies de  
l'information et de la communication autour des pratiques  
traditionnelles en cours dans la presse congolaise**

## Introduction

Après avoir dégagé le contexte à la fois théorique et pratique ayant donné naissance à l'approche développementaliste, consistant à envisager le développement de la presse congolaise sous le prisme de « *l'injonction technologique* » liée à la promotion de la « *société de l'information* », nous abordons ici la question des logiques générales, qui sous-tendent la médiatisation de la réalité sociale dans les entreprises de presse congolaises à « *l'ère de la société en réseaux* ». Nous appuyant sur la notion d'*ancrage social des techniques*, nous voulons démontrer que l'appropriation des TIC dans les entreprises de presse congolaises est structurée par des pratiques journalistiques « *traditionnelles* », en cours dans la société congolaise. Ces pratiques sont soutenues par des logiques d'ordre sociopolitique, culturel, économique et professionnel. Ce sont ces logiques qui orientent l'appropriation professionnelle des TIC, particulièrement d'Internet dans la presse écrite congolaise. Elles se réfèrent principalement à la *dépendance politique* et à la *précarité financière* de la presse. Ces deux aspects font des acteurs politiques et des professionnels de la presse des « *associés-rivaux* » (Neveu, 1993), dont les *stratégies* des uns et les *tactiques* des autres (De Certeau, 1990) permettent à chacun de sauvegarder sa propre *face* (Goffman, 1974), vis-à-vis de l'influence et/ou de l'adversité supposées ou réelles de l'autre. Et c'est autour de ces logiques que se cristallise l'appropriation des TIC au niveau des entreprises de presse congolaises.

L'hypothèse principale que nous développons ici est que l'introduction d'Internet dans les activités de production de l'information n'a pas encore généré de nouvelles pratiques journalistiques susceptibles de reconfigurer la relation « *presse-publics* », une relation qui est traditionnellement monopolisée ici par des acteurs sociaux détenteurs d'un double pouvoir politique et financier, trouvant dans le champ médiatique un lieu de valorisation de leurs actions et d'accroissement de leur *capital symbolique* (Bourdieu, 2000). Ainsi, à l'état actuel des pratiques journalistiques, c'est moins l'usage des TIC que les interactions traditionnelles entre les acteurs du champ politique et les professionnels de la presse qui orientent l'évolution de la presse congolaise. Cette hypothèse s'appuie sur le fait que dans la société congolaise, le rapport entre le champ politique et le champ médiatique est encore beaucoup plus prégnant et structurant dans l'évolution des pratiques journalistiques, que ne l'est tout autre type de rapport, fût-il celui de la presse avec les TIC. Cela s'explique par l'exclusivisme idéologique qui caractérise l'environnement politique congolais, qui plus est marqué par l'existence des partis politiques fonctionnant à la manière des *tribus* (Mampouya, 1985), c'est-à-dire des

organisations politiques idéologiquement renfermées dans l'univers socioculturel de leurs leaders et hostiles aux opinions contradictoires. L'exclusivisme idéologique congolais, qui refuse la contradiction et la différence, a induit une forme d'organisation sociétale de type pyramidal, dont le sommet est constamment occupé par une élite politique congénitalement sourcilieuse de sa propre *notabilité* et exerçant ainsi un contrôle accru sur l'ensemble du secteur médiatique dont les pratiques s'en trouvent profondément affectées. D'où la cristallisation de l'appropriation des TIC autour des pratiques journalistiques, sous-tendues par cette dépendance des professionnels de la presse vis-à-vis des acteurs du champ politique, ces derniers imposant l'exclusion du circuit médiatique de tout public porteur d'opinions contradictoires susceptibles de nuire à leur *prestige*.

Huit chapitres composent cette seconde partie. Le premier est structuré autour des éléments sociopolitiques de la République du Congo, l'objectif étant de mettre en lumière cette forme d'organisation politique de la société congolaise, qui oriente la presse et affecte les pratiques professionnelles dans ce secteur d'activité. Le deuxième chapitre traite de l'émergence de la presse congolaise dans un triple contexte de colonisation, d'émancipation du joug colonial et de préparation des citoyens à la souveraineté nationale. Le troisième chapitre aborde la question de la presse dite de « *propagande politique* », qui serait caractéristique de cette tendance à l'exclusivisme idéologique et aurait trouvé son origine dans le contexte général de l'émergence de la presse congolaise, et dont l'objectif est de promouvoir exclusivement l'*image* de l'élite politique au pouvoir à travers des médias sous contrôle gouvernemental. Au niveau de la relation « *presse-publics* », le contrôle politique de la presse a induit une *fracture communicationnelle*, qui se comprend comme une distension de lien entre la presse et ses publics (Madani, 1996 ; 2002), et que nous appréhendons à travers la *globalisation de l'information* et l'*indifférenciation des publics* ; c'est l'objet du quatrième chapitre. Le contrôle politique fait l'objet d'un traitement plus spécifique dans le cinquième chapitre, où nous l'appréhendons comme une interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de la presse. Et ce contrôle politique se manifeste ici à travers la dépendance de l'information, par rapport aux sources gouvernementales et par « *l'institution* » d'une précarité financière des entreprises de presse.

Après avoir mis en relief ce rapport entre le champ politique et la presse, nous traitons dans le sixième chapitre, la question de l'appropriation d'Internet dans la presse congolaise. Nous voulons démontrer ici qu'Internet apparaît dans la presse congolaise comme un simple

support de diffusion, plutôt qu'un mode d'écriture de l'actualité et un dispositif socio-numérique de participation à la communication médiatique. Et les raisons qui justifient ce mode d'appropriation relèvent aussi bien de la précarité financière des entreprises de presse congolaises que de la nature même des échanges accompagnés par Internet. Le septième chapitre se consacre à l'analyse de deux principales logiques sociales de la communication ayant traditionnellement cours dans la presse congolaises, et qui orientent l'appropriation professionnelle des TIC à ce niveau ; il s'agit de la *communication révérencieuse*, qui se révèle par une déférence de la presse à l'égard des institutions établies, et de la *communication irrévérencieuse*, se caractérisant par une défiance de la presse vis-à-vis des détenteurs du pouvoir politique. Enfin, le huitième chapitre aborde la question de la *gouvernance symbolique*, à laquelle sont soumises les entreprises de presse congolaises pour leur propre survie socio-économique et qui oriente également les usages d'Internet dans ces entreprises.

## **Chapitre 1 : La République du Congo : éléments sociopolitiques**

### **1.1. Genèse d'une construction sociale pluriethnique**

Congo est une francisation du mot *Kongo*, l'appellation originelle d'un grand ensemble géographique dont l'une des parties forme le territoire de la République du Congo. Le nom *Kongo* lui-même, qui s'appliquait aussi bien à l'ensemble du Royaume Kongo qu'à sa capitale historique, Mbanza-Kongo (situé actuellement en Angola), signifierait « *pays de la panthère* » ou « *arme de jet* » (Nantet, 2006 : 193). Le Royaume Kongo était en effet composé de plusieurs territoires périphériques, comprenant le nord de l'Angola, le Cabinda, la République du Congo, une partie de l'ouest de la République Démocratique du Congo et une partie du Gabon. Les premiers habitants de la République du Congo sont des *Pygmées*. Le territoire a ensuite connu une grande migration des *Bantou* venus du nord de l'Afrique. Les *Bantou* auraient atteint le pays en longeant la côte de l'océan Atlantique et les cours d'eau. Sur place, ils auraient rencontré la présence des panthères contre lesquelles ils auraient livré des batailles pour s'imposer et s'installer. Le mot *Kongo* tirerait ainsi son origine du mot panthère, *Ngo*, en langues *kongo*. Pour le journaliste et écrivain Serge Armand Zanzala (2003), *Kongo* proviendrait de « *Kue Ngo* », c'est-à-dire au pays de la panthère ou chez la panthère. Cela paraît plausible dans la mesure où l'on retrouve le vocable *Ngo*, ou ses dérivés *Ngué*, *Nguié*, *Ngu*, dans tous les grands ensembles ethniques ou presque qui composent la population du Congo actuel, du nord au sud, en passant par le centre (Zanzala, 2003 : 25-26). Trois différentes structures sociales semblent en effet avoir existé sur ce territoire avant la pénétration coloniale. Il s'agit des *Téké* et des *Kongo*, qui proviendraient des anciens royaumes Téké et Kongo, les premiers occupant la partie centrale du pays, et les seconds la partie méridionale. La troisième structure sociale serait formée par les *Mbochi*, appelés aussi *Ngala* qui, occupant le nord du pays, feraient partie d'un système segmentaire lignager (Bazenguissa-Ganga, 1997). Et l'on retrouve le vocable *Ngo*, ainsi que tous ses dérivés, dans ces trois grandes structures sociales, principalement à travers les patronymes et les toponymes.

Quand les Portugais découvrent le royaume Kongo vers la fin du 15<sup>ème</sup> siècle, plus précisément en 1482 (Iliffe, 1997), par le biais du navigateur Diego Cao, ils trouvent un royaume assez organisé d'une existence d'au moins un siècle et demi, avec des États vassaux.

Ils établissent aussitôt des relations diplomatiques avec ce royaume, dont la capitale est Mbanza-Kongo. Mais vers la moitié du 16<sup>ème</sup> siècle, les Portugais vont transformer ces rapports de coopération en rapports de domination. Car, avec l'instauration de la *traite négrière*, le royaume Kongo deviendra un champ de prédilection pour des négriers portugais, hollandais et français, à la traque des esclaves *kongolais* qui seront déportés au-delà de l'océan Atlantique. Et l'on estime à « "13 millions un quart la déportation des seuls Kongolais" vers les Amériques et les Caraïbes » (Nsafou, 1996 : 14). En effet, à partir de 1526, « le royaume exportait chaque année de 2 000 à 3 000 esclaves » (Iliffe, 1997 : 189). Ce trafic va fragiliser le royaume qui, par ailleurs, disparaîtra complètement à la suite de l'histoire de la colonisation du continent africain.

Au 19<sup>ème</sup> siècle, le navigateur français d'origine italienne Pierre Savorgnan de Brazza remonte le fleuve Congo et découvre le royaume Téké. Il signe, le 3 octobre 1880, un traité d'amitié avec le roi Makoko, souverain du royaume. Ce traité fera du territoire confié à De Brazza un protectorat français, dont le parlement français ratifiera l'accord en 1882. La *Conférence de Berlin* (1884-1885), qui regroupa les grandes puissances de l'époque (Allemagne, Angleterre, Belgique, Espagne, France, Italie et Portugal) s'étant partagé l'occupation du territoire africain, reconnu à la France les droits sur la rive droite du fleuve Congo. Le Congo et le Gabon furent alors réunis et placés sous l'autorité de Pierre Savorgnan de Brazza, devenu commissaire général. En 1891 fut créée la colonie du Congo français. C'est ce territoire du Congo français qui deviendra officiellement la République du Congo, que l'on l'appelle ordinairement Congo-Brazzaville pour le distinguer de son voisin immédiat, la République Démocratique du Congo (RDC) ou Congo-Kinshasa. Plus précisément, c'est le 28 novembre 1958 que le français Christian Jayle, alors président de l'Assemblée territoriale, proclama la République du Congo, mettant ainsi fin au statut de « *Territoire du Moyen-Congo* »<sup>60</sup>. Il a fallu toutefois attendre le 15 août 1960 pour que la République du Congo accède à sa souveraineté nationale et à sa reconnaissance internationale en tant qu'État indépendant, et ce en sortant de la Communauté franco-africaine à laquelle le Moyen-Congo avait adhéré en novembre 1958, après avoir voté massivement « *oui* » au référendum lancé par le général De Gaulle.

---

<sup>60</sup> Cf. NSONI Joël, « La République du Congo a cinquante ans », in *La Semaine Africaine*, n° 2847 du vendredi 28 novembre 2008, p.3.

Située entre la République Démocratique du Congo à l'est, le Gabon à l'ouest, le Cameroun et la Centrafrique au nord, et l'Angola au sud, la République du Congo est une mosaïque d'ethnies formant aujourd'hui une population de 4 012 809 habitants, répartie sur un territoire de 342 000 km<sup>2</sup>. Ce pays compte en effet quatorze groupes ethniques, subdivisés en cinquante-quatre sous-groupes. Les grands ensembles ethniques sont : les *Sangha* (20 %) et les *Mbochi* (15%) dans la partie septentrionale, les *Téké* (17 %) majoritairement au centre, les *Kongo* (48 %) au sud. À l'intérieur de chaque ensemble ethnique, on retrouve plusieurs autres sous-groupes ethniques. Malgré cette multitude d'ethnies, le Congo ne semble pas avoir connu un climat permanent d'affrontements interethniques avant l'ère coloniale. Le royaume Kongo lui-même, dont il est issu, était constitué de plusieurs ethnies, mais son fonctionnement ne semble pas avoir souffert d'affrontements interethniques. Même au pire moment de la *traite négrière*, les razzias européennes étaient réalisées dans toutes les couches sociales sans distinction. Se plaignant du ravage de la traite des esclaves à son homologue portugais, le roi Afonso aurait exprimé cette situation en ces termes : « *Nombre de nos sujets désirent ardemment les marchandises portugaises, que vos gens apportent dans notre royaume. Pour satisfaire cet appétit désordonné, ceux-ci s'emparent de nombre de nos sujets noirs, libres ou affranchis, et même de nobles, de fils de nobles, voire de membres de notre propre famille. Ils les vendent aux Blancs* » (Iliffe, 1997 : 189). Ces propos montrent que le royaume Kongo ne souffrit pas de dissensions interethniques qui auraient bien pu profiter aux négriers, car toutes les couches sociales étaient logées à la même enseigne ; même la famille royale n'y aurait pas échappé.

Pour le politologue congolais Gaspard Nsafou, la dynamique politique et socioculturelle, à la base de la formation, de l'organisation et de la vie du royaume Kongo, reste d'essence transethnique : « *Composée de plusieurs strates de peuplement, venant d'une alliance matrimoniale ou, encore, de l'assimilation culturelle, la société ainsi constituée et organisée semble n'avoir guère souffert d'un quelconque phénomène intra-social de tribalisme* » (Nsafou, 1996 : 153). Si l'on s'en tient à ces affirmations, on serait donc en présence d'une construction pluriethnique de pouvoir, qui paraît ne pas avoir souffert de conflits armés de nature ethnique. Toutefois, au sujet de l'organisation du royaume Kongo, d'autres sources évoquent l'existence de « *territoires périphériques, faiblement liés au pouvoir central, opposés les uns aux autres et en état de dissidence quasi permanent* »<sup>61</sup>. Il s'agirait néanmoins

---

<sup>61</sup> Cf. « Kongo royaume du », in *Encyclopaedia Universalis* [en ligne] : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/royaume-du-kongo/> (consulté le 30/05/2012).

d'une dissidence des royaumes vassaux à l'égard du roi Kongo lui-même, qui représentait le pouvoir central mais n'aurait pas eu, malgré tout, les moyens nécessaires pour réaliser l'unité de tous les territoires autour de son pouvoir. Il ne serait donc nullement question d'affrontements interethniques au sein du royaume.

## **1.2. L'environnement sociopolitique moderne**

### **1.2.1. Une multipolarité politique construite autour des valeurs ethno-régionales**

À la veille de l'indépendance, trois grands partis se disputent l'espace politique du Moyen-Congo. Il s'agit précisément du *Parti progressiste congolais* (PPC) – soit le correspondant local du *Rassemblement démocratique africain* (RDA) de l'ivoirien Félix Houphouët Boigny – dirigé par le *loango* Félix Tchicaya, du *Mouvement socialiste africain* (MSA) – soit le prolongement de la *Section française de l'Internationale ouvrière* (SFIO) – managé par le *mbochi* Jacques Opangault, et de l'*Union démocratique pour la défense des intérêts africains* (UDDIA) du *lari* Fulbert Youlou. Comme on peut le constater, le paysage politique congolais de cette époque correspond déjà à une subdivision du pays en trois grands ensembles régionaux, suivant les origines de chacun des leaders de ces trois formations politiques : le « Nord » avec le MSA, le « Sud » avec l'UDDIA, l'extrême « Sud-Ouest » ou le Kouilou avec le PPC. Mais au-delà de leur configuration géopolitique, ces partis souffrent de deux faiblesses majeures. D'une part, il y a l'héritage colonial, du fait que certains partis ne sont que des représentations locales des partis métropolitains. D'autre part, il y a le poids de la pression ethno-régionale, qui est lié au fait que les adhérents sortent principalement des régions et/ou des ethnies dont sont originaires les leaders ou fondateurs. Paul Soni-Benga (2005) ne passe pas par quatre chemins pour souligner que les premiers partis politiques, qui voient le jour au Congo au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, avaient une assise tribale, régionale ou transrégionale, une implantation politique le plus souvent influencée par la personnalité ou le charisme de son leader. Ce qui fait que, au moment de l'indépendance, les quelque huit cent mille habitants qui peuplaient le pays seront caractérisés non pas par la conscience de leur unité et la volonté de vivre ensemble, mais plutôt par le sentiment



d'appartenance de chacun à son groupe ethnique, à sa *tribu*<sup>62</sup>. Cela se traduira, au niveau du jeu politique et pour chaque citoyen, par une confusion entre appartenance naturelle à une entité ethnique et/ou régionale et appartenance politique liée à l'adhésion volontaire à un parti politique, le sentiment naturel d'appartenance à un groupe ethnique et/ou régional ayant été idéologiquement assimilé à la militance politique.

En effet, dans son livre *Le tribalisme au Congo*, le chercheur congolais Joseph Mampouya (1983) définit la *tribu* comme une communauté de personnes partageant les mêmes sentiments d'appartenance à une entité territoriale et possédant un patrimoine culturel et religieux commun. Et, décrivant les caractéristiques de l'individu membre d'une tribu, l'auteur affirme que cet individu est essentiellement marqué par la conscience d'appartenir à une communauté de valeurs morales et culturelles dont il ne peut se départir. Cet individu est appelé à ne s'exprimer qu'à travers ces valeurs, celles-ci constituant ce que l'on pourrait appeler le *cadre social* (Goffman, 1991) de sa représentation de la réalité. C'est ce à quoi renvoie le terme d'*ethnocentrisme*, c'est-à-dire cette conscience tribale qui enferme l'individu dans un univers culturel clos. Car, déterminé par son environnement immédiat qui l'oblige à épouser toutes ses valeurs, l'individu ne connaît d'autres modes d'existence et de pensée que ceux de son groupe social. Pour lui, le monde commence et s'arrête avec son groupe social. Les valeurs auxquelles il est tenu étant déjà déterminées par son groupe, il ne peut exister pour lui d'autres valeurs que celles de son groupe. Toute valeur qui n'est pas admise par son groupe est vécue comme une contre-valeur, car le groupe est la *norme*, la mesure de tout : c'est lui qui définit ce qui est bon et ce qui ne l'est pas pour ses membres. Dans ce contexte, l'individu est caractérisé par un repli sur soi ; il ne peut aller au-delà de ce qui lui est permis par le groupe. Le groupe tribal étant la mesure de tout, tout ce qui n'est pas de la sphère tribale est mauvais (Mampouya, 1983). Dans le champ politique, cela se traduit par la naissance de ce que l'on appelle ordinairement le *tribalisme politique*, qui n'est pas tant la conscience collective d'appartenir à un groupe ethnique et/ou régional qu'une idéologie politique fondée sur l'exaltation de la conscience tribale et l'exacerbation des différences ethniques et/ou régionales.

Dans cette perspective, les formations politiques apparaissent comme des entités tribales, que nous appelons – pour des besoins d'analyse – des *tribus politiques*, c'est-à-dire des

---

<sup>62</sup> Cf. « *Message à la nation* », du chef de l'État congolais, Denis SASSOU NGUESSO, devant le Parlement réuni en congrès, à Brazzaville, le 13 août 2010.

groupements d'individus d'appartenances ethniques diverses, constitués sur la base du soutien à un leader politique influent et ayant un ancrage territorial bien défini à l'intérieur de l'espace géographique national. Ces *tribus politiques* n'ont aucune existence ethnologique en soi car, à l'intérieur de chacune d'elles, on retrouve plusieurs groupes ethniques, différents les uns des autres, voire opposés dans certaines circonstances mais unis ici par l'imposture politique d'un leader dont l'influence semble couvrir l'ensemble de leur territoire (région ou département) d'appartenance naturelle. Les vocables « Tchek » et « Nibolek », par exemple, renvoient à deux « nouvelles identités ethniques » illustratives de cette réalité sociopolitique que nous appelons *tribu politique*, qui sont nées dans la décennie 1990 à la suite « de l'éclatement en plusieurs composantes des populations du sud du pays, appartenant en majorité à l'ensemble ethnique Kongo » (Bazenguissa-Nganga, 1996 : 4) ; les « Tchek » sont regroupés autour de Bernard Kolelas, alors que les « Nibolek » reconnaissent Pascal Lissouba comme leur leader politique naturel. Chaque *tribu politique* est ainsi rattachée à un territoire physique et renferme plusieurs ethnies réparties sur l'ensemble de ce territoire. C'est une organisation politique qui rappelle l'organisation politique traditionnelle des *Iflissen Lebhar*<sup>63</sup>, s'articulant essentiellement autour d'une confédération de tribus qui, elles-mêmes, étaient un agrégat de plusieurs villages avoisinants (Servier, 1966). Ainsi, le MSA de Jacques Opangault serait la *tribu politique* des villes et villages du « Nord » ; l'UDDIA de Fulbert Youlou, celle des villes et villages du « Sud » ; le PPC de Félix Tchicaya, celle des villes et villages de l'extrême « Sud-Ouest ».

#### ***1.2.1.1. Un amalgame entre appartenance ethnique/régionale et appartenance politique***

Nous sommes ici en face d'une construction intellectuelle née d'une conscience individuelle se distinguant clairement de la conscience collective naturelle (Mampouya, 1983). Et cela tiendrait du fait même de la nature des luttes politiques qui, selon Pierre Bourdieu, ont « des enjeux intellectuels, des principes de vision et de division » du monde social (Bourdieu, 2000 : 67). Avec l'apparition des *tribus politiques* dans la société congolaise, l'appartenance naturelle à un groupe ethnique devient une source d'oppositions et de rivalités entre groupes ethniques. Les « solidarités traditionnelles » sont ainsi reversées dans le faisceau des « solidarités partisans », ces dernières devant s'appuyer sur les premières pour assurer leur

---

<sup>63</sup> Les *Iflissen Lebhar* sont une confédération de cinq tribus de la grande Kabylie.

propre existence : « *Diverses solidarités nationales traditionnelles et des solidarités partisans modernes la [République du Congo] divisent, les solidarités traditionnelles constituant, de leur côté, la matière réelle des solidarités partisans* »<sup>64</sup>. Ainsi serait né le *tribalisme politique* au Congo, sur fonds duquel se déroulent les luttes politiques dans cette société. Ce *tribalisme politique* serait donc né d'un amalgame entre appartenance politique et appartenance ethnique et/ou régionale.

Cet amalgame est bien perceptible dans les discours de certains acteurs politiques, qui semblent l'entretenir très volontairement. C'est ce qui apparaît, par exemple, dans ces propos attribués au président Denis Sassou Nguesso, traitant de la question des affrontements armés dans le département du Pool entre les Forces armées congolaises (FAC) et les miliciens *Cobras* d'une part, et les miliciens *Ninjas-Nsiloulou* d'autre part. En effet, Denis Sassou Nguesso aurait expliqué ces affrontements armés par la rupture d'un accord politique passé entre son parti politique (le *Parti congolais du travail*, PCT) et celui de Bernard Kolelas (le *Mouvement congolais pour la démocratie et le développement intégral*, MCDDI) : « *Cet accord représentait l'Alliance par excellence, qui aurait dû constituer le socle de l'unité nationale. Sa trahison, par le président Bernard Kolelas, a été lourde de conséquence. Nous ne pouvons jamais, nous disons bien et nous le répétons, nous ne pourrions jamais pardonner cela au Président Kolelas* », aurait-il affirmé, tout en précisant que « *C'est à son niveau [de Bernard Kolelas] que nous devrions rechercher les causes de la guerre du Pool* » (Mayima-Mbemba : 2008 : 153-154). En effet, au lendemain des élections générales de 1992 ayant porté Pascal Lissouba et son parti politique (l'Union panafricaine pour la démocratie sociale, UPADS) au pouvoir, le PCT de Denis Sassou Nguesso, le MCDDI de Bernard Kolelas, ainsi que d'autres partis politiques qui leur étaient proches, avaient conclu une alliance politique, dénommée URD (*Union pour la République et la démocratie*)-PCT et apparentés. Conclue pour former une opposition au pouvoir de Pascal Lissouba, cette alliance fut qualifiée de « *socle de l'unité nationale* » par ses géniteurs, parce qu'elle aurait réuni des leaders politiques du « *Nord* » et du « *Sud* » au sein d'une même plateforme politique. Et ce serait en fonction de cette alliance politique que la milice armée (les *Cobras*) de Denis Sassou Nguesso aurait appuyé la milice armée (les *Ninjas*) de Bernard Kolelas, lorsque ce dernier entra en conflit armé avec le président Pascal Lissouba, en 1993 et 1994. Mais quand en 1997, le tour

---

<sup>64</sup> Cf. « *Discours sur l'éloge de la République* », prononcé le 28 novembre 2010 à Brazzaville par Placide LENGA, premier président de la Cour suprême du Congo, à l'occasion de la journée commémorant la proclamation de la République du Congo.

est venu à l'ex-président Denis Sassou Nguesso de faire face aux mêmes canons meurtriers de l'armée dirigée par le président Pascal Lissouba, Bernard Kolelas n'hésita pas à soutenir son frère du « *Sud* », Pascal Lissouba, jusqu'à se faire nommer au poste de premier ministre, alors qu'il était préalablement désigné comme médiateur officiel dans ce conflit armé. Ce qui serait donc vécu par son allié du « *Nord* », Denis Sassou Nguesso, à la fois comme une ingratitude et une trahison impardonnables.

Quoi qu'il en soit, l'alliance politique entre Bernard Kolelas et Denis Sassou Nguesso concernait deux partis politiques et leurs affidés, mais non pas l'ensemble des départements ou des groupes ethniques dont les deux leaders politiques sont issus, et où l'on retrouve par ailleurs beaucoup d'autres représentants à la tête d'autres partis politiques. En plus, il s'avère qu'à ce moment précis des affrontements armés dans le Pool (1998-2003), Bernard Kolelas est en exil ; il n'y a plus que ses partisans sur place. L'adversaire politique concerné étant absent et le département du Pool regorgeant d'autres acteurs politiques non concernés par cet accord politique « *rompu* », les victimes de ces affrontements armés auraient alors subi soit un châtement par substitution, soit un châtement collectif pour appartenance ethnique et/ou régionale (Kilokila-Kiampassi, 2005). Appréhender ces affrontements sur le territoire du Pool comme une punition infligée à un adversaire politique qui en serait originaire, c'est donc entretenir un amalgame entre appartenance politique et appartenance naturelle à une région et/ou à un groupe ethnique. Ce qui confirme bien l'hypothèse d'un fonctionnement des partis politiques congolais comme de véritables *tribus politiques*, avec comme conséquence l'existence d'un *tribalisme politique* dans la société congolaise.

Certains anthropologues pensent que ce type de tribalisme offre à l'heure actuelle un des moyens les plus efficaces de domination idéologique à certaines classes sociales – bourgeoisie naissante, bureaucratie – car s'intégrant à leur tactique politique : c'est un tribalisme qui mobiliserait une masse de manœuvres et ferait diversion ; il serait mystificateur et viendrait du fait que seul le tribalisme peut toucher des groupes et classes dominés (Copans, 1996). Il s'agit là d'une idéologie basée sur une certaine conscience tribale au service d'une classe sociale donnée, pour les fins d'auto-défense contre une autre classe sociale. Et ce sont donc les années 1950, avec la naissance d'une vie politique locale, qui auraient marqué l'apparition du tribalisme comme idéologie politique efficace dans la société congolaise (Nsafou, 1996). La référence à l'appartenance naturelle à une ethnie et/ou à une région données devient un moyen de défense des intérêts, non plus de la nation en général mais d'un groupe social

particulier. Ce qui donnera lieu aux premiers affrontements armés à caractère interethnique sur fonds de luttes politiques, car les partis politiques s'apparentent ici à ce que le marxiste congolais Pascal Lissouba (1976) appelle les « *classes-tribus* », c'est-à-dire des ensembles de couches sociales solidairement unies par « *les solidarités traditionnelles* ». En opposant un parti politique à un autre, ce sont du coup des populations, des couches sociales, des ethnies et/ou des régions (départements) qui seront opposées les unes contre les autres, d'autant plus que dans ce pays, toute ascension sociale semble être attribuée à l'action collective et solidaire des membres de sa « *classe-tribu* » que l'individu bénéficiaire s'engagera à défendre avec acharnement et sans esprit critique (Lissouba, 1976). Aussi passera-t-on facilement des joutes politiques aux affrontements armés.

Bref, ce petit détour historique, qui participe de l'analyse du cadre sociopolitique congolais, révèle donc l'existence d'un *ethnocentrisme* de la vie politique congolaise. L'intérêt de ce détour historique pour notre problématique réside dans le fait qu'il constitue un arrière-fond sociopolitique qui éclaire les logiques communicationnelles orientant l'évolution de la presse congolaise et autour desquelles se cristallise l'appropriation professionnelle d'Internet dans les entreprises de presse congolaises. L'*ethnocentrisme* de la vie politique renvoie en effet à une logique d'occupation exclusive ou presque de l'espace sociopolitique national par un seul groupement politique (*tribu politique*) pour y faire régner ses propres valeurs idéologiques. Ce qui se traduit au niveau de la relation « *presse-publics* », par un contrôle politique de la presse, dont l'objectif serait d'exclure du circuit médiatique les valeurs non admises comme telles par le groupement politique dominant. C'est ce que nous appelons la monopolisation de la relation « *presse-publics* » par la *tribu politique* au pouvoir, une monopolisation qui s'observe au travers de l'*uniformisation de l'offre informationnelle* et l'*indifférenciation des publics*, et que nous considérons comme un frein au développement des entreprises de presse congolaises à « *l'ère d'Internet* ». L'*ethnocentrisme* conduira en effet à des conflits armés qui, ces derniers, débouchent sur des stratégies politiques unitaires se muant en une véritable logique d'imposition d'un monolithisme politique, avec pour conséquence un déni de « *démocratie des masses* », sur laquelle s'appuient pourtant les stratégies d'entreprises et l'évolution des pratiques journalistiques à « *l'ère d'Internet* » (Salles, 2010 ; Aubert, 2011b) dans la presse des pays dits « *développés* », dont on prétend suivre le modèle de développement.

### ***1.2.1.2. De la guéguerre politique à la guerre civile***

La République du Congo a connu plusieurs crises armées à connotation ethnique, de la veille de l'indépendance aux années 2000. Mais toutes ces crises armées ont la particularité d'avoir des origines purement politiques : elles ont toujours éclaté à la suite d'un différend électoral. Le premier conflit, qui éclate en 1959, est né de l'opposition politique entre Fulbert Youlou et Jacques Opangault ; il fait suite à un différend électoral entre ces deux leaders politiques. Il s'agit des élections législatives du 28 novembre 1958, à l'issue desquelles le *lari* Fulbert Youlou l'emporte sur le *mbochi* Jacques Opangault. En effet, pour de nombreux témoins, les émeutes de février 1959 font suite à l'élection contestée du premier ministre Fulbert Youlou à Pointe-Noire : « *c'est quand le Président Youlou a acheté le député Yambo du MSA que les affrontements à caractère ethnique ont commencé dans ce pays avec les événements de 1959* » (Mayima-Mbemba, 2008 : 152). C'est la voix de Georges Yambot, un conseiller de Mossendjo (département du Niari), qui vote pour Fulbert Youlou de l'UDDIA, et non pas pour Jacques Opangault, président du MSA dont le conseiller est pourtant membre, qui va faire la différence. Ainsi chaque parti va-t-il se retrouver à égalité de voix : 22 pour l'UDDIA et 22 pour le MSA. Les partisans du MSA réclament l'organisation de nouvelles élections partielles ou nationales. Fulbert Youlou s'y refuse. Les positions des uns et des autres se durcissent. Cela aboutira aux affrontements entre militants de ces deux partis politiques (Soni-Benga, 2005). Ce sont certes des partisans politiques qui s'affrontent mais, comme les adhérents de chaque parti politique sont essentiellement des ressortissants de la région et/ou de l'ethnie du leader politique, on voit dans ces affrontements une guerre civile entre différentes ethnies ou régions, entre les *Mbochi* et les *Bakongo*, entre le « Nord » le « Sud », Fulbert Youlou étant *lari* (groupe *Kongo*, au sud) , et Opangault *kouyou* (groupe *Mbochi* ou *Ngala*, au nord). C'est un différend politique qui se transforme en affrontements armés et consacre ainsi la mise en scène de « *l'antagonisme entre les Kongo et les Ngala (appelés aussi "Gens de l'eau" ou "Gens du fleuve")* » (Perrot, 2003). En réalité, ce sont plutôt deux leaders politiques qui se font la guerre par partisans armés interposés.

Les autres crises armées sont celles qui ont opposé les différents leaders politiques au lendemain de la réouverture du pays au pluralisme politique, après une longue parenthèse monopartite (1963-1990). La première éclate en juillet 1993 ; elle oppose les partisans de Pascal Lissouba, président de la République nouvellement élu au suffrage universel, à

Bernard Kolelas, leader de l'opposition et allié de l'ex-président Denis Sassou Nguesso. Elle est vite circonscrite dans le temps. La seconde, qui se déclare en novembre 1993 et prend fin en janvier 1994, oppose les mêmes protagonistes. Au cours de ces deux crises, ce sont les miliciens *Ninjas* de Bernard Kolelas qui s'affrontent avec l'armée, aux commandes de Pascal Lissouba et appuyée par les miliciens pro-gouvernementaux, les *Aubevillois* (officiellement appelés « *réserve ministérielle* ») et les *Zoulous*. Bien que Denis Sassou Nguesso (ressortissant du nord) soit allié à Bernard Kolelas (ressortissant du sud), cette crise est plutôt vue comme une guerre civile entre les hommes de Pascal Lissouba (originaire du département du Niari) et ceux de Bernard Kolelas (originaire du département Pool). Ce sont les miliciens issus du fief politique de Bernard Kolelas qui s'affrontent avec les miliciens issus du fief politique de Pascal Lissouba. Ce conflit est considéré comme une guerre des populations des départements de la Bouenza, de la Lekoumou et du Niari réunis (le fief politique de Pascal Lissouba), surnommées « *Nibolek* », contre celles du département du Pool (le fief politique de Bernard Kolelas), surnommées « *Tchek* ». En juin 1997, une autre crise armée oppose l'ex-président Denis Sassou Nguesso au président Pascal Lissouba, auquel s'est allié cette fois-ci Bernard Kolelas ; elle ne prend fin qu'en octobre de la même année par une victoire militaire de Denis Sassou Nguesso qui revient ainsi aux commandes du pays. Cette crise est considérée comme une guerre civile des populations du « *Nord* » contre celles du « *Sud* », des *Mbochi* contre les *Kongo*. En 1998, une autre crise armée éclate dans le Pool et s'étend dans les départements de la Bouenza, de la Lekoumou et du Niari. Elle connaîtra plusieurs rebondissements jusqu'en 2003. Elle est considérée comme le prolongement de celle de 1997, avec les mêmes protagonistes, sauf que les deux adversaires (Pascal Lissouba et Bernard Kolelas) de Denis Sassou Nguesso se retrouvent déjà en exil et ce ne sont que leurs partisans qui combattent sur place.

Encore une fois, toutes ces crises armées, qui ont endeuillé le pays de 1993 aux années 2000, ont une origine politique ; elles sont nées d'un changement de majorité à l'Assemblée Nationale mise en place à la suite des élections de 1992 : « *Les événements sanglants de juillet 1993 ont eu pour cause la motion de censure et la dissolution de l'Assemblée Nationale, l'organisation unilatérale et cavalière du deuxième tour des élections législatives anticipées* » (Babu-Zale, 1996 : 134). En effet, arrivé en tête du premier tour de l'élection présidentielle du 2 août 1992, le candidat Pascal Lissouba (35,9% des suffrages exprimés) sollicite le soutien du candidat-président sortant Denis Sassou Nguesso (éliminé au premier tour, avec 16,9%) pour venir à bout de son challenger Bernard Kolelas (20,3%) qu'il

affrontera au second tour (le 16 août 1992). Fort du soutien de Denis Sassou Nguesso, et ce assorti d'un accord de partage de pouvoir en cas de victoire, Pascal Lissouba l'emporte haut la main avec 61,3%, contre 38,7% pour Bernard Kolelas. Le 31 août 1992, Denis Sassou Nguesso quitte le pouvoir et passe le relais au vainqueur de l'élection présidentielle, Pascal Lissouba, qui prête serment à cette date. Ce dernier nomme Stéphane Bongho-Nouarra comme premier ministre et chef du gouvernement. Contre toute attente, l'équipe gouvernementale formée à l'issue de cette élection présidentielle ne tient pas compte de l'accord de gouvernement passé entre avec le PCT de Denis Sassou Nguesso et l'UPADS de Pascal Lissouba. Le PCT qui avait exigé le poste de premier ministre et certains ministères-clés (l'intérieur, l'économie, etc.) n'obtient que le ministère de l'agriculture et de l'élevage, entre autres<sup>65</sup>. Se sentant floué et trahi par son allié politique, il décide alors de tourner casaque et pactise avec le MCDDI de l'opposant Bernard Kolelas, avec lequel il conclura plus tard cette fameuse alliance URD-PCT et apparentés.

Lorsque le groupe parlementaire PCT, qui occupait 19 sièges (sur les 125 que comptait l'Assemblée Nationale, soit 15,2%), quitta la mouvance présidentielle composée en grande partie par les députés de l'UPADS (39 sièges, soit 31,2%), pour s'allier à l'opposition constituée principalement par le MCDDI de Bernard Kolelas (29 sièges, soit 23,2%), le groupe parlementaire de la mouvance présidentielle sera réduit à minorité et l'opposition deviendra du coup majoritaire à l'Assemblée Nationale. Suivant la Constitution du 15 mars 1992, le premier ministre devait être nommé au sein du groupe parlementaire majoritaire à l'Assemblée Nationale. La nouvelle opposition soumet au vote des députés une motion de censure contre le gouvernement de Stéphane Bongho-Nouarra. La motion de censure est votée le 27 octobre 1992. Du coup, le gouvernement de Stéphane Bongho-Nouarra devient illégal. L'opposition réclame au président de la République la nomination d'un nouveau premier ministre issu de ses rangs. Redoutant la cohabitation avec l'opposition, le président Pascal Lissouba refuse d'obtempérer ; il décide de dissoudre l'Assemblée Nationale et annonce l'organisation de nouvelles élections législatives anticipées, tout en maintenant en place l'équipe gouvernementale de Stéphane Bongho-Nouarra, frappée pourtant d'illégalité par le vote de la motion de censure. C'était alors parti pour une série de guerres civiles dans le pays. La première fusillade de l'armée gouvernementale contre les partisans de l'opposition eut lieu en novembre 1993 au cours d'une marche pacifique ; elle se solda par trois morts et de

---

<sup>65</sup> Cf. DOKO Pascal Azad, NSONI Joël, « Grégoire Léfouoba retrouve, à la majorité, ses anciens camarades du P.c.t », in *La Semaine Africaine*, n° 2857 du vendredi 9 janvier 2009, p.3.



nombreux blessés. Pour Yitzhak Koula (1999), l'objectif de la manifestation de rue de l'opposition fut d'obtenir qu'un premier ministre issu de ses rangs soit nommé et d'esquiver ainsi une consultation électorale de confirmation. L'attaque des Forces armées congolaises (FAC) – appuyées par la milice pro-gouvernementale, les *Aubevillois* – contre des manifestants pacifiques de l'opposition a donné des idées à cette dernière pour créer ses propres milices privées. Ce sont toutes ces milices politiques partisans qui vont essaimer la mort et la désolation au sein des populations congolaises, de 1993 aux années 2000.

Comme on peut le constater, la référence ethnique et/ou régionale a constitué un fonds de commerce politique dans les luttes politiques. Nous sommes en présence d'une manipulation de la « *conscience tribale* » à des fins politiques. Ce n'est pas tant la conscience naturelle que les Congolais se font de leur appartenance à une région ou à une ethnie du pays que l'exploitation de cette même conscience dans les engagements politiques des uns et des autres, qui explique les affrontements armés dans cette société. Dans son livre *Le retour des ethnies. La violence identitaire*, l'historien congolais Dominique Ngoïe-Ngalla ne manque pas de le souligner, en affirmant que le « *renforcement des liens de l'allégeance ethnique* » s'est fait au rythme de « *la progression de l'intérêt des hommes pour la politique et le pouvoir* » (Ngoïe-Ngalla, 1999 : 74). C'est bien l'exploitation politicienne de la référence à l'ethnie qui a transformé la coexistence pacifique en affrontements armés entre les différents groupes ethniques et/ou régionaux. Nous nous démarquons ainsi des approches attribuant abusivement l'origine de ces affrontements à des clivages ethniques et/ou régionaux. Nous les appelons simplement des *guerres politiques*, et non pas des « *guerres ethniques* », car elles sont nées des différends politiques : elles s'arrêtaient automatiquement quand les leaders politiques en conflit accordaient leurs violons, et les partisans (armés ou non armés), qui entre-temps se vouaient une haine viscérale, fraternisaient outre mesure. C'est ainsi que l'on a pu voir des ressortissants du Pool repartir vivre dans le fiel politique de Pascal Libouba (la Bouenza, le Niari et la Lekoumou) à la fin de la crise de novembre 1993-janvier 1994, alors qu'ils y avaient été chassés en juillet 1993. Il en fut de même pour les populations originaires de ces mêmes départements, qui furent chassées des arrondissements Makelekele et Baongo, à Brazzaville, en juillet 1993 : elles y sont reparties vivre dès que Bernard Kolelas s'allia à Pascal Lissouba en 1997. Par ailleurs, on a vu les miliciens *Ninjas* de Bernard Kolelas et les miliciens *Zoulous*, *Cocoyes* et *Aubevillois* de Pascal Lissouba combattre ensemble les *Cobras* de Denis Sassou Nguesso, quand les deux premiers leaders s'allièrent en 1997. Auparavant, en 1993-1994, ce sont les miliciens *Cobras* de Denis Sassou Nguesso qui avaient combattu

aux côtés des *Ninjas* de Bernard Kolelas contre les hommes de Pascal Lissouba. Ce sont donc les leaders politiques qui disposent du sentiment d'appartenance ethnique/régionale des populations, et ce au gré des enjeux propres à chaque *tribu politique* dont le citoyen ordinaire n'a pas nécessairement la maîtrise.

## **1.2.2. Les stratégies politiques unitaires mobilisées**

### ***1.2.2.1. Le monopartisme comme stratégie de gommage des velléités ethno-régionalistes***

Pour les premiers affrontements (ceux de 1959), le ressaisissement des leaders politiques de l'époque va aider à circonscrire la violence dans le temps. Fulbert Youlou, élu président de la République le 2 novembre 1959, va d'ailleurs nommer son adversaire politique Jacques Opangault comme ministre des travaux publics en 1960, avant de le promouvoir au poste de vice-président de la République. La volonté de ces deux hommes politiques de sceller à jamais l'unité nationale (mise à mal par les affrontements de février 1959) va pousser le président Fulbert Youlou jusqu'à envisager la création d'un parti unique. En effet, pour ces deux anciens adversaires devenus alliés politiques, l'unité nationale passait par la création d'un parti politique unique devant regrouper les acteurs politiques de toutes ethnies, langues et régions du pays. Toutefois ce projet ne verra pas le jour sous le régime de Fulbert Youlou. Il ne deviendra réalité qu'au lendemain des *Trois glorieuses*, c'est-à-dire la *Révolution du 13, 14, 15 août 1963* à l'issue de laquelle Fulbert Youlou perdit son pouvoir. C'est donc le régime issu des *Trois glorieuses* qui instituera le monopartisme. Pour le président Denis Sassou Nguesso, le parti unique avait été institué dans le but, selon le point de vue quasi-unanime de la classe politique d'alors, de contribuer à la réalisation de l'unité nationale<sup>66</sup>.

En tant que système de gouvernement fondé sur un parti unique, le monopartisme était alors envisagé comme une option politique prioritaire pour la cohésion nationale. Car, suivant cette logique, le regroupement de tous les acteurs politiques au sein d'une même formation politique entraînerait *ipso facto* l'unité de tous les Congolais autour de leurs leaders politiques réunis, l'unité nationale étant par ailleurs perçue comme la condition du développement de

---

<sup>66</sup> Cf. « *Message à la nation* », du chef de l'État congolais, Denis Sassou Nguesso, devant le Parlement réuni en congrès, à Brazzaville, le 13 août 2010.

l'ensemble de la société. Ainsi, pour « *réussir le développement, il faut un seul parti ou un parti dominant creuset de l'unité* » (Cabedoche, 1990 : 65). Ce qui suppose donc l'abolition des opinions politiques contradictoires. Ces dernières sont en effet considérées comme une menace pour l'unité nationale, notamment à cause de la référence ethnique et/ou régionale autour de laquelle elles seraient taxées d'être construites. C'est dire que l'apprentissage du jeu politique dans un cadre de démocratie a donné lieu à un éclatement du tissu social national, qui s'est traduit par la dégénération des « *solidarités traditionnelles* » en « *solidarités nationales partisans* » : c'est la partition du pays en plusieurs blocs ethno-régionaux opposés, comme fruit d'une construction politique. L'option du monopartisme paraît répondre à l'impératif de construction de l'unité nationale mise à mal par le pluralisme politique. Ainsi, au lendemain des *Trois glorieuses*, le Congo va connaître plusieurs gouvernements fondés sur un parti unique, et ce jusqu'à l'expérience d'un nouveau pluralisme politique insufflé par le vent de la *Perestroïka* et le *Sommet de la Baule*<sup>67</sup>. Deux partis uniques dominèrent donc la vie politique au cours de cette longue période de monopartisme : le *Mouvement national de la révolution* (MNR) du président Alphonse Massamba-Débat (1963-1968) et le *Parti congolais du travail* (PCT) du président Marien Ngouabi, qui consacra la création de la *République Populaire du Congo* (RPC) et gouverna de 1969-1977, avant d'être relayé successivement par Jacques-Joachim Yhomby-Opango (1977-1979) et Denis Sassou Nguesso (1977-1992).

Mais l'antécédent sociopolitique créé par les affrontements armés de 1959 aura marqué un tournant décisif dans le développement ultérieur de l'histoire politique du pays. Cet antécédent consiste en l'exacerbation des disparités ethno-régionales dans tout engagement politique : la volonté de création d'un parti politique unique, affichée d'abord par Fulbert Youlou et Jacques Opangault et que se sont par la suite réappropriée les révolutionnaires marxistes – alors qu'à l'époque, cela avait été catégoriquement rejeté par les syndicalistes qui l'auraient d'ailleurs pris comme prétexte pour renverser le gouvernement de Fulbert Youlou en août 1963 –, ne semble pas avoir réussi à supprimer la référence ethno-régionale dans le combat politique. C'était en effet la première fois dans l'histoire du Congo que l'on a vu l'exaltation des sentiments ethniques et/ou régionaux naturels servir de fonds de commerce dans le positionnement des acteurs politiques à l'échelle nationale. Dès lors, la référence aux

---

<sup>67</sup> Au cours du 16<sup>ème</sup> sommet franco-africain, tenu du 19-21 juin 1990, dans la commune française de La Baule-Escoublac (Loire-Atlantique), le président français François Mitterrand avait prononcé un discours dans lequel il affirmait « *une corrélation entre démocratie, aide internationale et développement* », avant de préciser, lors de la conférence de presse de clôture, que le volume de l'aide française à l'Afrique dépendrait désormais du niveau de démocratisation atteint par chaque régime (Cf. *Le Potentiel* [en ligne] : [http://www.lepotentiel.com/afficher\\_article.php?id\\_edition=&id\\_article=8858](http://www.lepotentiel.com/afficher_article.php?id_edition=&id_article=8858), consulté le 16/03/2012).

événements de 1959 est devenue à la fois un facteur de légitimation de la violence politique armée et un repère historique dans le jeu des alliances politiques et de la redistribution des pouvoirs au sein de la communauté nationale. En d'autres termes, la fibre tribale exhibée en 1959 par les premiers protagonistes de la vie politique congolaise apparaît comme une source d'inspiration dans la conquête et/ou la conservation du pouvoir politique. D'où le constat d'une « *persistance de l'ethnicité* » dans les différentes socialités en œuvre dans la société congolaise actuelle (Bazenguissa-Ganga, 1997 : 10). C'est dans cette « *persistance de l'ethnicité* » que se trouverait (en partie) l'explication de différentes turpitudes générées par les luttes politiques, la gestion du pouvoir politique étant généralement associée à la nécessité de faire passer le camp adverse sous les fourches caudines du vainqueur.

La conséquence, c'est qu'on assiste à « *un environnement national marqué par les rancœurs et les frustrations des uns et un triomphalisme exagéré des autres* », comme le faisait observer l'ex-ministre Bonaventure Mbaya s'adressant au président Denis Sassou Nguesso au cours d'une audience accordée à une délégation des ressortissants du Pool, un département devenu théâtre d'affrontements armés entre 2002 et 2003 (Mayima-Mbemba, 2008 : 145). Certains acteurs politiques ne s'empêchent pas de faire le lien entre les affrontements de 1959 et les nouvelles crises politiques armées ayant accompagné la réouverture du pays au pluralisme politique. C'est ce que révèlent, par exemple, ces propos de l'ancien ministre de la communication et porte-parole du gouvernement, Alain Akouala Atipault, percevant dans les événements de 1959 « *le péché originel de la nation congolaise* » et pour qui la « *fin du monopartisme nous a amenés à des partis ethnicisés, à des manipulations des appartenances ethniques, à une guerre en 1993, à une autre guerre en 1997* », l'une des justifications du monopartisme ayant effectivement consisté au gommage des « *disparités ethniques* »<sup>68</sup>. En effet, « *Plus que le partage de valeurs philosophiques ou la communauté d'idéaux politiques, la solidarité du sang et du sol a présidé à la formation des alliances et déterminé le jeu oppositionnel* » (Gakosso, 1997 : 16). Le jeu démocratique se serait donc accompagné d'une exacerbation des disparités ethno-régionales, à travers une segmentation de la vie politique nationale en de multiples *tribus politiques*, essentiellement constituées sur la base de la référence aux « *solidarités traditionnelles* ».

---

<sup>68</sup> Cf. Journal de 20 heures de *Télé-Congo*, édition du 6 janvier 2009, présentée par Aline France ETOKABEKA.

### ***1.2.2.2. La recomposition des alliances politiques sur fond de partage du pouvoir***

Tous les conflits politiques armés au Congo suivent le même schéma, tracé par le conflit de 1959. De même que Fulbert Youlou et Jacques Opangault avaient fait la paix après leur affrontement armé par partisans interposés, de même les adversaires politiques ultérieurs font la paix, après s'être affrontés par milices interposées. Ainsi, Pascal Lissouba et Bernard Kolelas se sont réconciliés en janvier 1994 ; Denis Sassou Nguesso et Kolelas l'ont fait en fin d'année 2005 ; le même Denis Sassou Nguesso avait amnistié Pascal Lissouba, qu'il avait pourtant fait condamner par contumace. Ces réconciliations se soldent également par des rapprochements ou des alliances politiques, en vue du « *partage du gâteau* ». La réconciliation entre Pascal Lissouba et Bernard Kolelas a vu l'entrée des partisans de ce dernier dans le gouvernement du premier. Tout comme Denis Sassou Nguesso avait intégré dans son équipe gouvernementale des partisans de Bernard Kolelas, au lendemain de leur réconciliation. C'est exactement le même schéma, tracé par les pionniers des turbulences politiques congolaises, qui est suivi à la lettre : antagonismes politiques, affrontements armés par partisans interposés, réconciliation et partage du pouvoir.

La participation à la gestion du pouvoir politique est en effet une question de reconnaissance, voire une modalité d'existence, pour les différentes entités ethniques et/ou régionales qui composent la société congolaise, où le pouvoir politique est vécu comme une promotion culturelle, sociale et économique. Ce n'est pas seulement l'individu qui accède au pouvoir qui est ainsi promu, mais aussi toute la famille, tout le village, toute l'ethnie et, finalement, toute la région qui se voient ainsi honorées. C'est ce que témoignent, par exemple, ces propos tenus par un citoyen ordinaire et rapportés par la presse, après la nomination d'un cadre originaire de sa région à un poste ministériel : « *Pour lui, cela traduit toute l'attention du président de la République au département de la Lékoumou. Donc, la Lékoumou n'a pas été oubliée, comme dans les précédents gouvernements. C'est une fierté pour les parents, d'avoir bénéficié d'un fils, jeune cadre, au gouvernement de la République, a-t-il dit en substance* »<sup>69</sup>. Ce qui veut dire que l'absence d'un cadre de cette localité au gouvernement serait vécue par l'entité régionale comme un manque de reconnaissance à son égard. Un tel sentiment pourrait conduire à une « *frustration* » de ses ressortissants, qui s'estimeraient ainsi lésés et seraient

---

<sup>69</sup> Cf. NGALIBO-YALA Pascal, « Thierry Lezin Moungalla : "Je suis de retour à la maison" », in *La Semaine Africaine*, n° 2775, du mardi 11 mars 2008, p.4.

tentés de se replier sur leur identité locale, avec le risque de s'opposer à l'autorité gouvernementale. L'embourgeoisement individuel, le favoritisme et le népotisme, qui caractérisent souvent la gestion du pouvoir dans la société congolaise, engagent en effet l'élite politique et administrative dans une course effrénée à l'occupation de postes stratégiques, afin de pouvoir servir les membres de sa famille, ou de son groupe ethnique et/ou régional.

Ce qui est en toile de fond de ces réconciliations d'hommes politiques s'accompagnant toujours d'un partage du pouvoir, c'est en fait « *une démarche unitaire et synchrétique* », caractéristique du parti unique (Gakosso, 1997) et dont l'objectif serait le « *gommage* » des clivages idéologiques, c'est-à-dire le refus de la différence. En effet, le partage du pouvoir repose ici plus sur une sorte d'inféodation, voire de vassalisation des autres partis vis-à-vis du parti politique dominant, que sur un présumé partage de valeurs idéologiques communes, qu'elles soient d'inspiration philosophique ou ethno-régionale. Autrement, le MCDDI et le PCT, par exemple, ne pouvaient jamais coaliser, puisqu'ils auraient théoriquement un « *clivage idéologique notoire* », le premier se définissant comme un « *parti républicain* », alors que le second se conçoit comme un « *parti révolutionnaire* »<sup>70</sup>. À défaut donc d'un rejet total de la différence, on assiste tout au moins à un lissage des identités sociopolitiques, en mettant en place une sorte de *modus vivendi* politique à la congolaise. Et c'est ce qu'aurait essayé de réaliser le régime monopartite, sans toutefois réussir à supprimer cette tendance naturelle au repli ethnique et/ou régional dans la quête du pouvoir politique. Ainsi, à la réouverture du pays au pluralisme politique dans les années 1990, les vieux reflexes de la manipulation de la conscience ethnique et/ou régionale à des fins politiciennes avaient refait surface: « *La référence ethnique, qui s'était quelque peu estompée dans la démarche unitaire et synchrétique du parti unique, a ressurgi de manière spectaculaire* » (Gakosso, 1997 : 16).

En effet, l'appropriation par les Congolais du mouvement général de démocratisation des sociétés africaines, intervenu dans les années 1990, s'est traduite par une recomposition du paysage politique national, dont les contours ne renvoient à rien d'autre qu'à un simple avatar de l'environnement politique observé la veille de l'indépendance. Aussi a-t-on vu ressurgir trois principales *tribus politiques* antagonistes, constituées toutes autour des « *solidarités ethno-régionales* » : des « *solidarités traditionnelles* » du « *Nord* » ou des « *Ngala* » autour du PCT de Denis Sassou Nguesso, des « *solidarités traditionnelles* » du Pool ou des « *Tchek* »

---

<sup>70</sup> Cf. « Interview hebdomadaire du 08 Juin 2008 Invité: Edgard MFOUMOUNE, Partie 1 », in *Zenga-Mambu* [en ligne] : <http://zenga-mambu.com/> (consulté le 11/06/2008).

autour du MCDDI de Bernard Kolelas et des « *solidarités traditionnelles* » de la vallée du Niari ou des « *Nibolek* » autour de l'UPADS de Pascal Lissouba, sans oublier celles des « *Vili* » ou « *Loango* » autour du RDPS (*Rassemblement pour la démocratie et le progrès social*) de Jean-Pierre Thystere-Tchicaya. Aussi convenons-nous avec Itoua Ekamba Elombé, une observatrice de la réalité congolaise, pour dire qu'il serait « *encore illusoire de penser que la vérité de la diversité ethnique pouvait être transcendée par un partage cohérent du pouvoir, se matérialisant par une gestion commune, sinon pas unifiée du pays* »<sup>71</sup>.

Nous retrouvons ici la même configuration du paysage politique de la veille de l'indépendance, lorsque les « *solidarités traditionnelles* » du « *Nord* » s'étaient reportées sur le MSA de Jacques Opangault (originaire de la Cuvette), celles du Sud sur l'UDDIA de Fulbert Youlou (originaire du Pool) et celles de la vallée du Niari sur le GPES (*Groupement pour le progrès économique et social*) de Kikounga Ngot (originaire du Niari). Et l'on y ajoute les « *solidarités traditionnelles* » de l'extrême-sud du pays, c'est-à-dire celles du Kouilou qui s'étaient tour à tour reportées sur le PPC de Félix Tchicaya (à la veille de l'indépendance) et sur le RDPS de Jean-Pierre Thystere-Tchicaya (dans les années 1990). Ce qui conduit certains chercheurs à considérer les oppositions politiques exprimées au cours de la *Conférence nationale souveraine* – tenue à Brazzaville, du 25 février au 10 juin 1991 – comme ayant leurs sources dans des clivages ethno-régionaux traditionnels « *Nord/Sud* », « *Mbochis/Kongos* », « *Kouyous/Tékés* », « *Laris/Bembés* », etc. (Gakosso, 1997). Ce seraient là des « *clivages qui portent les stigmates d'une anthropologie culturelle faite de préjugés tribaux, chaque tribu considérant sa tradition et ses usages comme plus révélateurs du bon droit et des bonnes manières, tandis que ses membres, souvent, y voient la source de l'indispensable légitimité pour gouverner la chose publique* » (Gakosso, 1997 : 17). La configuration du paysage politique congolais tendrait ainsi à fonder la légitimité de la gestion du pouvoir politique, moins sur des valeurs fédératrices au plan national, que sur des considérations d'ordre ethno-régionaliste.

Ce constat est bien confirmé dans notre recherche, lorsque certains acteurs interrogés n'ont pas hésité à justifier l'alignement éditorial de certains journaux sur les orientations idéologiques des partis politiques, par le fait de l'emprise des « *solidarités ethno-régionales* » sur tous les secteurs de la vie nationale : « *Je suis Vili, je me comporte en Vili ; je suis Lari, je*

---

<sup>71</sup> ITOUA EKAMBA ELOMBÉ, « Combattre le tribalisme, pour guérir l'âme des Congolais », in *La Semaine Africaine*, n° 3188, du mercredi 2 mai 2012, p.6.

*me comporte en Lari; je suis Bembé, et ainsi de suite [...] malheureusement, et il n'y a pas un secteur, un cadre catalyseur, un cadre qui essaie de rassembler tout le monde, et qui voit uniquement nation. On ne voit pas nation, on ne voit que sa tribu »*<sup>72</sup>. Et la conséquence au niveau de la presse, c'est que la catégorisation des titres de presse semble suivre le schéma de la bipolarisation du paysage politique congolais autour des binômes Nord/Sud et Pouvoir/Opposition, comme nous l'a confié un directeur de publication : « *Nous sommes dans un pays où les journaux d'opposition sont ceux du Sud, les journaux du pouvoir, ceux du Nord »*<sup>73</sup>. Mais le problème de fond posé ici, c'est simplement celui de la conquête et/ou de la conservation du pouvoir politique, qui induit également la possession du pouvoir économique et financier. L'instrumentalisation des différences ethniques et/ou régionales n'est qu'un moyen, dont l'usage est justifié par une volonté de conquête et de maîtrise de ce double pouvoir politique et économique.

### **1.2.3. L'institution d'un monolithisme politique**

À travers ces deux approches unitaires (le monopartisme et la composition-décomposition-recomposition d'alliances politiques) mobilisées par les différents acteurs politiques en vue de la cohésion nationale, il semble insidieusement se dessiner une stratégie d'institution d'un monolithisme politique dans la société congolaise. Par monolithisme politique, nous entendons une organisation politique fondée sur le rejet de la différence, l'exclusion de toutes formes de circulation d'opinions contraires aux orientations idéologiques du parti dominant, l'objectif étant de modeler les comportements des citoyens sur les convictions de l'élite politique au pouvoir. Cette organisation de la vie politique est fondée sur une volonté de nivellement de la pensée et de l'action humaines à l'échelle nationale. En effet, l'analyse du cadre sociopolitique congolais révèle un paradoxe : on observe à la fois une forte tendance à l'exacerbation des clivages ethno-régionaux et un volontarisme politique consistant en une tentative de « *gommage* » de ces mêmes clivages, et ce pour le même motif de conquête et/ou de conservation du pouvoir politique. Les deux postures ont en commun le fait d'être toutes des démarches autoritaristes, c'est-à-dire procédant d'une volonté d'imposer, à toute la société et à tous les citoyens, une vision politique portée par un groupe de citoyens, réunis autour d'une *tribu politique* dominante. Nous avons là une tendance à l'embrigadement des individus

---

<sup>72</sup> Entretien avec un membre de l'*Observatoire congolais des médias*, réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

<sup>73</sup> Entretien réalisé le 19/08/2011, à Brazzaville.



dans des carcans idéologiques prédéfinis, afin de réguler leurs actions. C'est ce à quoi semble renvoyer, autant l'idée de l'instrumentation politique des différences ethniques et/ou régionales, que celle de la mise en œuvre des « *stratégies politiques unitaires* », qui reposent toutes sur le rejet de la différence et la valorisation des opinions de l'élite politique au pouvoir.

Dans ce contexte, seule l'expression valorisant les acteurs de l'élite politique au pouvoir est permise. Ce qui renvoie à un déni de démocratie, si tant est qu'une société démocratique « *implique que la liberté d'expression vaut non seulement pour les informations et les idées accueillies avec faveur mais aussi celles qui heurtent, choquent et inquiètent l'État ou une fraction de la population* » (Kiyindou, 2010 : 119). La démocratie n'est-elle pas en effet le régime de la liberté d'expression, un régime politique fondé sur la volonté commune et qui présuppose l'existence des débats contradictoires ? (Rognon (dir.), 2010 : 5-6). La logique de subordination de toute expression citoyenne à la valorisation des opinions de l'élite politique au pouvoir serait donc en porte-à-faux, vis-à-vis de l'idéal démocratique que prétendent renouveler les stratégies de capitalisation des NPCI mobilisées par les entreprises de presse dans les pays dits « *développés* », lesquelles se présentent comme des modèles de développement à suivre à l'échelle planétaire. Le monolithisme politique étant fermé au débat contradictoire, les citoyens sont alors enfermés dans un univers clos, où seules comptent les valeurs distillées par la *tribu politique* dominante, c'est-à-dire celle qui tient les arènes du pouvoir politique. Et suivant la théorie de l'action préconisée par Max Weber, on serait ici au stade de « *l'agir régulé par les normes* », où « *l'acteur se conforme aux normes sociales de son groupe d'appartenance et c'est l'obéissance qui est attendue de ses comportements* » (Bernard Miège, 2010 : 47). L'environnement sociopolitique congolais renvoie donc à un cadre d'action invitant les individus à « *l'obéissance* », c'est-à-dire au conformisme sociopolitique, dans la mesure où le « *triomphalisme exagéré* » des uns tend à faire des autres de simples « *godillots* » vis-à-vis de l'élite politique au pouvoir. Dans les années 1970, Pascal Lissouba décrivait déjà cet environnement en ces termes :

La réalité congolaise est donc cette lutte incessante entre les tribus à vocation dirigeante, donc l'existence de plusieurs couches hostiles dans la société [...]. Une classe-tribu est au pouvoir. Les autres n'y sont pas, ne participent pas. Elle ordonne, les autres obéissent. C'est la couche au pouvoir qui exploite et opprime. Ce sont les couches exclues qui, dans la résignation, dans la haine, exécutent les ordres (Lissouba, 1976 : 49-52).

Ce même constat est aujourd'hui fait par certains acteurs de la société civile. C'est le cas d'Itoua Ekamba Elombé qui, dans un article publié dans le bihebdomadaire *La Semaine Africaine*, appréhende la réalité sociopolitique congolaise à travers « *trois principales catégories de couches sociales* », que sont le « *sujet congolais régnant* », le « *sujet congolais dirigeant* » et le « *sujet congolais dirigé* ». La première catégorie se présente comme un groupuscule formé autour d'un « *ethnocentrisme nettement accentué, se prévalant d'avoir remporté la bataille pour l'acquisition du pouvoir, quelle qu'en soit la manière* » ; elle est à la tête de l'État dont elle gère les affaires en association avec à la catégorie du « *sujet congolais dirigeant* », qui se présente comme une classe de technocrates/bureaucrates chargée de mettre en musique les projets de la première catégorie. Enfin, la troisième catégorie représente le reste de la population, toutes ethnies et toutes régions confondues ; il s'agit de « *la masse, le grand nombre* » qui ploie sous la volonté de puissance des deux première catégories sociales, dont il doit exécuter les ordres sans broncher<sup>74</sup>. Alors que c'est l'appartenance ethnique qui est essentiellement retenue comme critère d'admission dans la première catégorie, l'accès dans la seconde catégorie semble lié à une double conception de la gestion des affaires publiques : le « *management familial* » et la « *gestion clanique* ».

Dans le « *management familial* », la primauté est donnée au cercle familial (épouses, enfants, parents, beaux-parents, cousins, neveux, etc.) du « *sujet régnant* », dans le choix du « *sujet dirigeant* ». Ici, la qualification et la compétence professionnelle ne sont nullement des exigences incontournables, les intérêts de la famille passant au-dessus de tout. Dans la « *gestion clanique* », le « *sujet régnant* » recrute parmi ses amis de l'école, du quartier, du village, etc., pourvu qu'ils adhèrent à ses idées et les défendent bec et ongles. Là encore, la qualification et la compétence professionnelle importent peu<sup>75</sup>, même si elles peuvent s'avérer d'un atout non négligeable dans le recrutement. Autant dire que c'est l'*ethnicité* qui règne au sommet de l'État, le « *sujet régnant* » disposant de toutes les arènes du pouvoir, dont il peut arbitrairement distribuer quelques strapontins au « *sujet dirigeant* ». Le « *sujet régnant* », en association avec le « *sujet dirigeant* », constitue ainsi la *tribu politique* au pouvoir, c'est-à-dire cette « *couche au pouvoir qui exploite et opprime* », et le « *sujet dirigé* », les « *couches exclues* », exécutant les ordres « *dans la résignation* » et « *dans la haine* », voire dans un esprit de révolte larvée. Et c'est à travers ce cadre sociopolitique, marqué à la fois par des

<sup>74</sup> Cf. ITOUA EKAMBA ELOMBÉ, « Combattre le tribalisme, pour guérir l'âme des Congolais », in *La Semaine Africaine*, n° 3188, du mercredi 2 mai 2012, pp.6 et 15.

<sup>75</sup> Cf. ITOUA EKAMBA ELOMBÉ, « S.o.s société(s) en danger », in *La Semaine Africaine*, n° 3099, du jeudi 9 juin 2011, p.7.

luttres politiques sous-tendues par des solidarités ethno-régionales et par des compositions-décompositions-recompositions perpétuelles d'alliances politiques, et ce dans un jeu d'affrontements souvent armés et d'imposition unilatérale des valeurs, que la presse essaie de se frayer le chemin.

## **Chapitre 2 : L'émergence de la presse dans la société congolaise**

### **2.1. De la colonisation à l'indépendance**

#### **2.1.1. Une presse au service de l'œuvre « civilisatrice » de la France**

Au Congo, comme partout en Afrique subsaharienne, la presse fut d'abord un phénomène colonial (Tudesq, 1995). Le domaine de la presse relevait de l'administration coloniale, dont l'objectif fut la structuration des mentalités des peuples colonisés au moyen de la promotion de la lecture des journaux *métropolitains*. S'inscrivant dans la dynamique de l'éducation de ces peuples aux valeurs de la *métropole*, l'introduction de la presse en milieu congolais « résultait d'une initiative directe de l'administration coloniale » (Obilangounda, 2006 : 261). En effet, conscients du rôle de la presse dans la transformation des mentalités, « les administrateurs coloniaux vont favoriser la lecture des journaux métropolitains en Afrique équatoriale française (AEF) » (Kouvibidila, 2008 : 259). Et, d'après certaines sources, les origines de la presse congolaise remonteraient au 18 juin 1887, avec la parution, à Libreville (Gabon), du *Journal officiel du Gabon-Congo* qui deviendra, en 1891, *Journal Officiel du Congo Français*. Ce journal connaîtra sa parution à Brazzaville en juillet 1904, sous le titre de *Journal officiel des possessions du Congo français et dépendances du Moyen-Congo*, quand le territoire du Congo-Brazzaville faisait partie du Congo français (Bemba, 2011 : 33). En tant que propriétaire de ces organes de presse, c'est donc l'administration coloniale qui est elle-même productrice de l'information de presse.

Cependant, à côté des organes officiels de l'administration coloniale, on a vu également paraître d'autres types de presse. Il s'agit de la presse dite « indépendante » et celle dite « privée ». La première désignerait « toute publication en dehors de la presse privée et de la presse officielle » et aurait fait son apparition en janvier 1910, avec la publication du *Bulletin de l'association professionnelle et amicale des agents des affaires indigènes au Congo français*, alors que la seconde renverrait à tous les organes de presse « qui appartenaient aux agents des sociétés privées » et dont le premier titre, *Congo français*, aurait été lancé le 18 juillet 1889 (Obilangounda, 2006 : 261). Cette dernière catégorie de presse (indépendante et privée) serait plutôt orientée vers la défense des intérêts français au Congo français, à l'instar

de sa consœur du Congo belge, qui serait « née de la volonté de quelques-uns de répondre aux nécessités d'information ou de défense des groupes européens et non pour des raisons de politique indigène » (Mubangi Bet'ukany, 2007). Autant dire que les « médias en Afrique noire sont le résultat d'un transfert de technologie, dont les premiers bénéficiaires avaient été, pour la presse et plus tard pour la radio, des Européens installés en Afrique » (Tudesq, 1999 : 3). Ainsi, entre 1910 et 1940, on a assisté à l'émergence de certains titres de presse au Moyen-Congo, parmi lesquels on peut citer *L'Etoile de l'AEF*, *L'Eveil de l'AEF*, *Les deux Congo*, *France Equatoriale*, etc. Il faut toutefois reconnaître qu'à cette période, la presse n'était pas assez organisée au Moyen-Congo où, comme dans l'ensemble des territoires de l'AEF (Afrique équatoriale française) et de l'AOF (Afrique occidentale française), la liberté de presse instituée en métropole par la loi du 29 juillet 1881 n'a qu'une application des plus restreintes (Perret, 2005). Aussi l'état de la presse reflétait-il « la situation socio-économique du Moyen-Congo, car la colonie n'a pas connu de véritable transformation des mentalités jusqu'à l'éclatement de la Seconde Guerre mondiale » (Obilangounda, 2006 : 261). Et c'est cet événement de la Seconde Guerre mondiale qui va changer la donne au niveau de la presse locale.

En fait, la presse dite « coloniale » se situe ici dans la logique de la *communication pour le développement* qui, en tant que composante de la *communication publique* (Missè, 2009), consiste dans l'organisation de la conduite, des attitudes, des comportements et des pratiques des *peuples colonisés*, en vue de l'adoption des *normes* sociétales souhaitées par l'administration coloniale. La colonisation des peuples africains, intervenue au 19<sup>ème</sup> siècle, s'est en effet réalisée dans un contexte à la fois d'affirmation de la culture du colonisateur comme supérieure à d'autres et d'assimilation des peuples colonisés à la culture du colonisateur. Dans ce contexte, c'est l'administration coloniale française qui devait dicter aux populations africaines les comportements et les pratiques à suivre : « [...] les Européens sont venus en Afrique en conquérants [...]. Ils ont dit à vos pères ce qu'ils devaient penser, ce qu'ils devaient croire, ce qu'ils devaient faire »<sup>76</sup>. C'est donc ce procès général de colonisation que la « presse coloniale » va accompagner. Par ailleurs, ce procès s'inscrit dans ce que l'on pourrait appeler l'« *ethnocentrisme européen* », consistant en la négation de toutes caractéristiques culturelles à tout peuple ne partageant pas les standards culturels européens,

---

<sup>76</sup> Cf. « Allocution de M. Nicolas SARKOZY, Président de la République [française], prononcée à l'Université de Dakar » [en ligne] : [http://www.elysee.fr/elysee/elysee.fr/francais/interventions/2007/juillet/allocution\\_a\\_l\\_universite\\_de\\_dakar.791](http://www.elysee.fr/elysee/elysee.fr/francais/interventions/2007/juillet/allocution_a_l_universite_de_dakar.791) (consulté le 18/06/2008).

au travers desquels l'administration coloniale fonda la légitimité de sa suprématie et de son hégémonie sur les peuples à coloniser : « *La civilisation incarnée en quelques pays [occidentaux] relègue sous le nom de "barbares" ou de "sauvages" les autres sociétés* » (Bénéton, 1975 : 49). D'où la mise à contribution de la presse dans l'œuvre « *civilisatrice* » de la colonisation. L'objectif était d'inculquer à ces peuples « *barbares* » ou « *sauvages* », les standards des « *sociétés européennes* » considérées alors comme « *incarnations historiques de "La civilisation" [...], entendue comme la forme la plus élevée de l'évolution sociale* » (Bénéton, 1975 : 48-49), tout comme on l'observe aujourd'hui à travers cette prétendue « *socialité moderne* » portée par une utopie technologiste planétaire misant sur une sorte de « *décomposition* » des « *socialités traditionnelles* » pour « *atteindre le modèle états-unien* » (Cabedoche, 2005 : 270), issu de la communauté scientifique de la DARPA. Et cela tient de l'idéologie du *nivellement*, héritage de la *Révolution française de 1789*, qui avait vu, par exemple, l'abbé Grégoire prôner, bien avant Émile Combes et Anatole France, le nécessaire lissage par l'école républicaine des aspérités culturelles et linguistiques (Cabedoche, 2006).

Mais la dénégation de l'identité culturelle et l'assujettissement à la culture du colonisateur aboutiront à une prise de conscience des peuples colonisés. Et c'est ce dernier procès de prise de conscience, qui a culminé dans un mouvement général de réclamation de la souveraineté nationale, que va accompagner l'émergence d'un nouveau type de presse dans les colonies françaises d'Afrique en général, et au Congo en particulier.

### **2.1.2. Une presse au service de l'émancipation des peuples colonisés**

La naissance de la presse en Afrique en général, et au Congo en particulier, correspond à la naissance de l'opinion politique des Africains. Lors des deux guerres mondiales, des Africains sont allés combattre en Europe pour les Français et les Anglais. En Europe, ils ont été témoins d'un mode de vie différent de celui de l'Afrique. À leur retour en Afrique, ils ont commencé à revendiquer plus de liberté et d'autonomie. Selon André-Jean Tudesq, les troupes africaines ont pu connaître en Europe une presse plus libre qu'en Afrique colonisée et, à leur retour en Afrique, elles ont introduit des idées nouvelles (Tudesq, 1999 : 5). Ce qui va provoquer un véritable changement au niveau des mentalités des Africains. Ce changement des mentalités va obliger « *les puissances coloniales à reconnaître de nouveaux droits politiques aux Africains* » (Perret, 2005 : 21). Mais ce mouvement ira encore plus loin, puisque la

revendication de plus d'autonomie et de liberté culminera vite dans la réclamation de la souveraineté nationale. La guerre avait en effet engendré une prise de conscience sur certaines idées, telles que l'identité, le territoire, la lutte, la souveraineté, la liberté (Mubangi Bet'ukany, 2007). Et les Africains ayant séjourné dans la *métropole* vont s'approprier ce mouvement de prise de conscience de leur propre identité de peuples colonisés, pour réclamer ces valeurs de liberté, de justice, de souveraineté, etc.

Le Moyen-Congo verra l'entrée en scène d'André Grenard Matsoua, la figure nationale emblématique qui incarna la phase la plus déterminante du mouvement de résistance à la domination française dans cette colonie. Arrivé en 1921 à Bordeaux, où la guerre du Maroc<sup>77</sup> va le surprendre, André Grenard Matsoua sera engagé par l'armée française comme « *tirailleur sénégalais* » et se fera remarquer par sa combativité, qui lui permit d'accéder au grade de sous-officier. Après la guerre du Maroc, il s'installe à Paris en 1925, où il travaille comme comptable dans un hôpital, tout en suivant des cours du soir pour parfaire sa formation. Son séjour dans la *métropole* lui permet d'ouvrir les yeux sur les conditions de vie des Noirs en Europe ; il en est choqué et, le 17 juillet 1926, il crée une association dénommée *Association Amicale des Originaires de l'Afrique Equatoriale Française*, en abrégé *Amicale*. Implantée par la suite sur toute l'étendue du territoire congolais, l'*Amicale* avait insufflé au Moyen-Congo une véritable dynamique de protestation populaire contre les abus de l'administration coloniale, et les frères « *amicalistes* » furent sérieusement persécutés par cette administration (Mampouya, 1999). Ce mouvement constituait déjà les prémices de l'éveil d'une conscience citoyenne, qui aboutira plus tard à la réclamation de la souveraineté nationale.

Malgré la répression engagée par la *métropole*, le mouvement de réclamation de la souveraineté nationale devint de plus en plus vif dans les colonies françaises, notamment dans les années 1940 et 1950. La France métropolitaine chercha alors à calmer le jeu. C'est dans cette dynamique que se tint à Brazzaville, au Moyen-Congo, du 30 janvier au 8 février 1944, la *Conférence de Brazzaville*, à l'initiative du Général de Gaulle. Cette conférence avait pour objectif de redéfinir la politique coloniale de la France. D'après Paul Soni-Benga, deux idées furent retenues : responsabiliser le plus possible les Africains, dans le cadre de leurs coutumes

---

<sup>77</sup> Il s'agit de la guerre du Rif, une guerre coloniale qui opposa les tribus rifaines aux armées espagnole et française (à partir de 1925), de 1921 à 1926, dans le Rif, chaîne de montagnes du nord du Maroc (Cf. *Wikipédia* [en ligne] : [http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre\\_du\\_Rif](http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_du_Rif), consulté le 30/03/2012).

et d'institutions propres, et affirmer l'identité des pays français d'Outre-mer, à l'intérieur d'une fédération où *métropole* et colonies seraient associées sur un pied d'égalité (Soni-Benga, 2005 : 75). Ainsi commença à se dessiner un cadre politique, au sein d'une fédération française où chaque peuple serait traité au même pied d'égalité. Mais cette option de *Fédération française* sera bientôt remise en cause par le Général de Gaulle lui-même qui, en 1945, parlera plutôt de l'*Union Française*. La France s'activa à faire participer le plus possible les peuples colonisés à la vie politique de la *métropole*. Elle créa l'Assemblée Constituante, dont les modalités et les conditions de l'élection d'un représentant congolais sont fixées par l'ordonnance du 22 août 1945. C'est dans cette optique que le Congo, qui s'appelait à l'époque le Moyen-Congo et dont la capitale était Pointe-Noire, connaîtra ses premiers représentants aux Assemblées françaises. Ainsi, de 1946 à 1959, deux sénateurs du Moyen-Congo, Jean Malonga et Pierre Goura, siégeront au Palais du Luxembourg, tandis que l'Assemblée Nationale française accueillera le député Jean Félix Tchicaya, président du Parti progressiste congolais (PPC), ainsi qu'Emmanuel Dadet et Aubert Lounda, qui iront siéger au Palais du Luxembourg, en lieu et place d'André Matsoua<sup>78</sup> (Soni-Benga, 2005). On assiste ainsi à la naissance d'une vie politique au niveau des Congolais, 1946 étant considéré comme « *le moment où les Congolais entrèrent dans le champ étatique* » (Bazenguissa-Ganga, 1997 : 5).

Ce mouvement politique sera accompagné par la publication de bulletins d'opinions dans lesquels des leaders politiques exprimeront leurs idées. Le succès des idées nationalistes et souverainistes favorisera ainsi l'émergence d'une « *presse d'opinion* », qui se démarquera d'une « *presse coloniale* » plutôt tournée vers l'illustration d'un mode de vie à la française (Perret, 2005) et dont la mission était d'accompagner l'œuvre « *civilisatrice* » de l'administration coloniale. Ainsi, après 1945, on voit apparaître dans le paysage médiatique congolais un nouveau type de presse, avec des titres comme *Le Journal de l'Union Éducative de la Jeunesse Africaine*, *Le Réveil de l'Afrique*, *La Semaine de l'AEF*, *Étincelle*, *Bulletin quotidien de l'AEF*, *AEF Nouvelles*, *L'Informateur Africain*, *Liaison*. Si la plupart de ces « *périodiques traitent le plus souvent des sujets culturels* » (Kouvibidila, 2008 : 260), il en existera d'autres qui porteront leur préoccupation sur la formation de l'opinion citoyenne des populations locales, ou sur les luttes politiques au niveau national. En effet, la naissance d'une

---

<sup>78</sup> Fer de lance de la lutte politique contre le colonialisme, André Grenard MATSOUA meurt en 1942 comme prisonnier politique, à Mayama (Congo). Malgré son décès, des populations avaient voté pour son nom, aux élections devant désigner des représentants congolais au Palais du Luxembourg.



vie politique locale va entraîner l'apparition d'une presse dite « *d'opinion politique* », qui accompagnera les luttes politiques des leaders nationaux. On peut citer, à titre d'illustration, le *Progrès*, qui deviendra l'organe central de l'UDDIA (parti au pouvoir après l'indépendance) ; *AEF cette semaine* et *Le Petit journal de Brazzaville*, soutenant également l'UDDIA ; sans oublier *L'Essor*, qui avait porté son dévolu sur le MSA, *La Lutte*, *L'Eveil de Pointe-Noire*, *Consciennes ouvrière de AEF* et bien d'autres bulletins édités par des étudiants (Kouvibidila, 2008). Ce type de presse est ainsi étroitement associé à l'éveil politique et/ou citoyen des populations locales, et il sera mis au service des luttes politiques.

### **2.1.2.1. Presse et formation de l'opinion citoyenne/politique**

Avec l'éveil de la conscience citoyenne locale, on voit donc apparaître une nouvelle presse servant d'espace de circulation d'idées politiques. C'est la création d'un espace public, au sens *habermassien* du terme, c'est-à-dire celui d'une « *publicité de l'information et notamment de l'information politique* », correspondant « *à une modification des processus de légitimation de l'activité politique, et cela par le biais de la notion de souveraineté populaire, et [qui] permettra l'émergence de la notion de citoyenneté et aboutira à la mise en place de la concurrence électorale* »<sup>79</sup>. Il s'agit ici d'un espace fondé en raison, faisant de la pratique des discussions comme une nouvelle forme de sociabilité : « *Sphère de libre expression et scène d'apparition des acteurs sociaux, l'espace public est fondé en raison* » (Dominique Mehl, 1996 : 13). Et les acteurs sociaux animant cet espace public sont ici des leaders politiques qui se situaient, dans un premier temps, à la marge de l'espace gouvernemental occupé par l'administration coloniale. C'était là la naissance d'un *espace public* que Jürgen Habermas posait déjà comme condition d'une compétence politique et de la citoyenneté. La citoyenneté renvoie ici à ce que Peter Dahlgren (2003) appelle la *culture civique*, c'est-à-dire un ensemble de « *valeurs* » et de « *normes* » acquises par les individus d'une société et qui font que ces individus deviennent des membres et des participants actifs ou potentiels au développement de leur société : « *Le terme civique devrait ainsi être compris comme une condition préalable (démocratique), un réservoir de potentialités pré-politiques ou non-politiques qui s'actualiseraient à des moments spécifiques où la politique surgit* » (Dahlgren, 2003 : 155). La culture étant comprise comme « *un ensemble de systèmes de communication, de pratiques*

---

<sup>79</sup> Cf. « Habermas et le concept de l'espace public » [en ligne] : <http://membres.lycos.fr/tomate/pdf/habermas.pdf> (consulté le 28/10/2011).

*et de significations* » (Dahlgren, 2003 : 153) qui régissent la vie en communauté, la *culture civique* fait donc appel aux différentes ressources « *factuelles et normatives* » devant présider à l'engagement politique des citoyens; c'est une « *ressource, une mine de biens à laquelle font appel les individus et les groupes dans leur activité de citoyen* » (Dahlgren, 2003 : 155) et qui leur confère une compétence politique. En définitive, la *culture civique* renvoie à la notion de *capital politique*, que Pierre Bourdieu (2000) considère comme l'ensemble de biens matériels et symboliques qu'il faut avoir, pour pouvoir réussir dans le champ de l'action politique.

La pertinence de la notion de *culture citoyenne* réside dans le fait qu'elle renvoie à une conception du citoyen, comme membre d'une collectivité d'individus ayant un destin commun. Cette notion se réfère à la conception même de la *nation*, qui peut être définie ici comme une « *entité politique, réunie et partageant une identité collective* » (Capul, Garnier, 2005 : 302). Or, si la *nation* peut être appréhendée comme une « *entité politique* », cela signifie qu'elle est régie par des normes communes qui réglementent la vie collective. Car la politique peut, à son tour, être définie comme un « *ensemble de règles et des institutions que s'impose à elle-même une collectivité pour vivre en sécurité* » (Capul, Garnier, 2005 : 321). Ce qui veut dire que la *politique*, ainsi définie, est un corps de lois et d'actions réalisées par l'ensemble des citoyens d'une collectivité donnée. C'est cet ensemble, constitué de valeurs, de normes et d'actions dans lesquelles chaque citoyen se retrouve et se reconnaît comme acteur, qui forme l'« *identité politique* », c'est-à-dire la *nation*. La *culture citoyenne* permet ainsi aux individus de se reconnaître comme participants, c'est-à-dire comme acteurs au sein de l'« *entité politique* » à travers un engagement dans la conception et la mise en œuvre des normes et des actions devant favoriser leur « *vivre-ensemble* », en tant qu'identité collective et unifiée. On peut donc dire que la notion de *culture citoyenne* ne définit pas le citoyen comme un individu quelconque jouissant d'un droit de cité, mais plutôt comme un membre d'une collectivité politique considéré non seulement du point de vue de ses droits, mais aussi de ses devoirs civils et politiques<sup>80</sup>. Et parmi ces droits et devoirs civils et politiques, il y a effectivement le droit et le devoir de s'engager dans la vie de la nation. Cet engagement peut prendre plusieurs formes : l'engagement dans les institutions représentatives qui permettent la prise de décisions sur la vie de la nation, l'engagement associatif, l'engagement au débat public sur certaines questions ponctuelles et d'intérêt commun, etc.

---

<sup>80</sup> Cf. « *Citoyen* », in *Le Petit Larousse illustré*, 2008.

Mais tout engagement requiert une certaine compétence, dans la mesure où le traitement des questions qui régissent la vie de la nation exige une expertise. Et c'est dans cette perspective que la presse se présenterait comme un espace d'animation du débat public. De ce fait, elle se conçoit (tout comme l'ensemble des autres médias de masse) comme un facteur structurant dans la formation de la *culture civique*, à côté d'autres institutions sociales, telles que l'éducation (Dahlgren, 2003). À ce sujet, Jean Gabszewicz et Nathalie Sonnac parlent d'une dialectique entre « *producteurs et récepteurs de messages des médias* », en ce sens que « *le contenu médiatique apparaît comme un créateur de valeurs autant qu'il confirme des valeurs déjà existantes* » (Gabszewicz, Sonnac, 2010 : 17). En d'autres termes, les produits médiatiques seraient « *susceptibles d'exercer une influence non négligeable sur la formation des valeurs de la communauté qui est concernée par la consommation de ces produits* » (Gabszewicz, Sonnac, 2010 : 17). C'est ce qui expliquerait le recours à la presse dans ce mouvement général d'éveil de la conscience citoyenne au niveau local.

### **2.1.3. La presse au cœur des positionnements idéologiques antagonistes**

À côté de toutes les publications tenues par des indépendantistes, il existe un autre type de presse, la presse religieuse, tenue d'abord par des missionnaires puis par des Églises locales. C'est le cas des « *périodiques lancées par l'église catholique* » (Perret, 2005 : 22). André-Jean Tudesq (1999) abonde dans ce sens, lorsqu'il soutient, au sujet de l'Afrique anglophone, que la presse qui s'adresse la première aux Africains fut celle des missionnaires protestants anglais, les premiers aussi à publier des périodiques en langues africaines, en 1837 dans la région du Cap, puis en 1859 à Abeo Kuta. En ce qui concerne l'Afrique francophone, on peut citer *Afrique nouvelle* dont le premier numéro paraît en 1947, au Sénégal, et *L'Effort camerounais*, au Cameroun. Au Congo-Brazzaville, on voit paraître *La Semaine de l'AEF*, créée en 1952 par un missionnaire catholique français et qui deviendra *La Semaine Africaine* après l'indépendance du pays : « *Avec Afrique nouvelle au Sénégal et L'effort camerounais au Cameroun, il [le journal La Semaine Africaine] fait partie des titres que l'Eglise catholique a développés en Afrique pendant la période coloniale. Ces différents journaux ont accompagné la période de décolonisation, offrant souvent une tribune aux thèses*

émancipationnistes »<sup>81</sup>. La particularité de cette presse dite « religieuse », c'est qu'elle fut lancée pour contrer l'influence du marxisme comme idéologie politique.

En effet, *La Semaine Africaine*, créée dans ce contexte du passage de la colonisation à l'indépendance des pays de l'AEF, avait pour orientation éditoriale originelle, la formation des citoyens africains à la prise de responsabilités dans la gestion des affaires publiques. La réflexion, qui fut menée en amont de sa création, était orientée dans une double direction. La première portait sur la mise en liaison des fonctionnaires africains de diverses colonies françaises d'Afrique centrale (Cameroun, Centrafrique, Congo, Gabon et Tchad), travaillant dans l'administration coloniale et éparpillés à travers le territoire de l'AEF. La seconde était plutôt axée sur la formation des citoyens à la gestion des affaires publiques, dans la perspective de l'indépendance qui pointait à l'horizon. Pour répondre à cette double préoccupation, un journal s'y prêterait mieux. En tant que prêtre, le Père Jean Le Gall, fondateur de *La Semaine Africaine*, partageait les valeurs sociales de l'Église Catholique et voulait préserver les intellectuels africains de l'influence marxiste, qui commençait à se faire sentir dans ces moments de décolonisation. L'idéologie marxiste était en effet redoutée par certaines institutions, telles que l'Église Catholique. Or, les intellectuels africains constituaient déjà une réserve en ressources humaines à laquelle devraient puiser les nouveaux États indépendants, pour former les cadres de l'administration publique ; ils constituaient également un « vivier politique » pour le recrutement de l'élite locale, qui allait présider à la destinée de ces nouveaux États : *La Semaine africaine* « avait fait, dès le départ, le choix de l'élite »<sup>82</sup> intellectuelle, précise son directeur de publication. Dès lors, la préoccupation du journal sera de proposer à l'élite intellectuelle locale une alternative idéologique au communisme : « Père Jean Le Gall avait le pressentiment que déjà les Africains allaient prendre les destinées de leurs pays en main. Il s'est dit qu'il faut que j'accompagne cette élite africaine qui va prendre ses destinées en main. Et l'autre motivation était que, il y a le "péril rouge", la menace communiste ; les Africains sont portés vers l'idéologie communiste, le communisme »<sup>83</sup>.

Cette alternative à l'idéologie communiste d'inspiration marxiste n'était rien d'autre que les valeurs sociales promues par l'Église Catholique (Cabedoche, 1990), qui se résument dans ce

---

<sup>81</sup> MBANZA Joachim, « Nous sommes un concentré de l'histoire du Congo », in *Institut Panos* [en ligne] : <http://www.panos-ao.org/spip.php?article2638> (consulté le 21/07/2012).

<sup>82</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

<sup>83</sup> *Id.*

que l'on appelle officiellement la *doctrine sociale de l'Église*, comme l'affirme le fondateur du journal dans son tout premier éditorial : « *Le rôle de l'Église, c'est celui de donner des idées avec le maximum de clarté. Il convient de garder cette dichotomie entre, d'une part, les laïcs tenus à s'engager dans la vie de la cité (y compris politique) en s'inspirant de la doctrine sociale de l'Église et, d'autre part, les hommes d'Église devant le rappeler à temps et à contretemps* »<sup>84</sup>. Et pour l'Abbé Fulbert Youlou, le tout premier président du Congo indépendant et prêtre catholique, le christianisme en Afrique constituait la seule barrière au communisme qui prônait l'idéologie marxiste, tout en estimant que la solution aux problèmes sociaux et humains qui agitaient l'Afrique ne pouvait résider que dans l'application des consignes romaines sur l'organisation de la société des hommes selon la vérité, la charité, la justice (Youlou, 1966 : 17-18). Aussi *La Semaine de l'AEF* s'était-elle définie comme un journal « *d'information et d'action sociale* ».

L'action sociale consiste ici à « *rappeler à temps et à contre temps* » ces valeurs sociales qui, pour l'Église Catholique, concourent à la réalisation du *bien commun*. Par *bien commun*, l'Église Catholique entend l'ensemble des conditions sociales qui permettent, tant aux groupes qu'à chacun de leurs membres, d'atteindre leur perfection, d'une façon plus totale et plus aisée<sup>85</sup> (Cabedoche, 1990). Et selon le *Catéchisme de l'Église Catholique*, le *bien commun* est constitué de trois éléments essentiels : « *le respect et la promotion des droits fondamentaux de la personne, la prospérité ou le développement des biens spirituels et temporels de la société, la paix et la sécurité du groupe et de ses membres* »<sup>86</sup>. L'action sociale s'exprime ainsi à travers la promotion et la défense de ces trois dimensions fondamentales de la vie humaine : les droits humains, le développement des richesses spirituelles et matérielles, la paix et la sécurité, auxquels il faut ajouter la justice sociale, que le *Catéchisme de l'Église Catholique* définit comme « *les conditions permettant aux associations et à chacun d'obtenir ce qui lui est dû* ». Il s'agit ici des droits sociaux, tels que le droit à l'éducation, aux soins de santé, au logement, au travail, à l'alimentation, etc. Il est donc clair que les premiers destinataires du journal sont des intellectuels, que l'Église Catholique voulait accompagner dans leur formation à la responsabilité citoyenne. D'ailleurs, une rubrique leur sera spécialement consacrée, « *Le carrefour citoyen* ». Pour Philippe Mabiala, cette rubrique « *se propose une formation civique des lecteurs en vue d'une prise en*

<sup>84</sup> Cf. *La Semaine Africaine*, n°1, du jeudi 4 septembre 1952, p.1.

<sup>85</sup> Cf. *Documents du Concile Vatican II, Constitution pastorale Gaudium et Spes*, n° 26, §1.

<sup>86</sup> Cf. *Catéchisme de l'Église Catholique*, Paris, Mame/Plon, 1992, p.401.

*charge progressive de la vie politique et économique* » (Mabiala, 2007 : 81). C'est une ligne éditoriale qu'un membre de la direction du journal nous a confirmée en ces termes :

Dans son premier éditorial, il [le fondateur] avait défini sa ligne éditoriale, en disant que *La Semaine Africaine* est un organe de presse, un journal d'information générale et d'action sociale [...]. Dans l'information générale, on [...] a l'information politique, économique, sociale, culturelle, religieuse [...]. Au niveau de l'action sociale, c'est en fait tout un engagement militant qui s'inspire de la *doctrine sociale de l'Église*, c'est-à-dire que c'est l'action des chrétiens pour l'amélioration des conditions de vie sociale [...]. Ce militantisme porte sur les questions de justice, de liberté, de droit [...]. À partir de là, il s'engage à assurer un service public<sup>87</sup>.

Cet organe de presse, qui a résisté à toutes les turbulences sociopolitiques de l'histoire du Congo, est considéré aujourd'hui comme un journal de référence, aussi bien par ses concurrents que par l'élite intellectuelle locale. Sa ligne éditoriale originelle semble ainsi incarner cet éveil de la conscience citoyenne du peuple congolais au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, notamment avec l'agitation des questions liées à la justice, la liberté, la paix, bref, au *bien commun*. À travers cet engagement éditorial, on peut voir l'illustration d'une presse épousant l'idéal d'émancipation des peuples colonisés, un idéal qui consiste ici dans l'autodétermination de ces peuples, c'est-à-dire dans la prise en charge de leur propre destin, indépendamment de toute hégémonie étrangère. Mais au lendemain de l'indépendance, cet idéal, porté par les pionniers de la vie politique nationale, va connaître des mutations assez significatives, jusqu'à se muer parfois en un dispositif institutionnel d'assujettissement de certaines catégories sociales, au nom de l'affirmation ou de la construction d'une prétendue unité nationale. La presse deviendra alors l'instrument de propagande d'une « *idéologie unitaire* », consistant dans le refus de la contradiction et du pluralisme d'opinions. Ce qui se traduira au niveau de *La Semaine Africaine*, par exemple, par la transformation de l'idéal d'émancipation du « *joug colonial* » en combat, contre toutes formes d'injustices sociales et autres abus de pouvoir exercés par l'élite politique à l'encontre de ses concitoyens.

Un autre journal religieux, *Le Chemin* (un titre de presse appartenant à l'Église Évangélique du Congo) est également né dans la même dynamique de vouloir faire entendre une « *parole alternative* » à celle dictée par les chantres de l'idéologie marxiste, arrivés au pouvoir après

---

<sup>87</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

les *Trois glorieuses*. Ce journal fut en effet créé en 1983, en plein régime de monopartisme dirigé par le PCT, un parti d'obédience marxiste-léniniste. Né de l'initiative d'un groupe de laïcs protestants de la paroisse des Plateaux (centre-ville de Brazzaville), *Le Chemin* se concevait comme un outil d'expression de l'Église Évangélique du Congo (EEC), qui voulait briser le silence que lui imposait l'« *étatisation* » de la presse à l'époque du monopartisme (Minkala-Ntadi, 2012), comme nous l'a confié un membre de l'équipe de rédaction :

Les Églises n'avaient pas accès aux médias d'État, puisqu'il n'y avait que les médias d'État qui existaient [...]. Les Catholiques avaient au moins l'outil d'expression ; c'était *La Semaine Africaine*. Et l'Église Évangélique du Congo, qui est la deuxième grande Église de ce pays, était réduite au silence ; elle n'avait rien. Et c'est un peu devant cette situation qu'un groupe de laïcs a créé ce journal<sup>88</sup>.

L'objectif du journal est presque le même que celui de *La Semaine Africaine*. Car, en dehors du fait qu'il se définit comme « *un journal de liaison et d'information* » entre « *le sommet* » et « *la base* » de cette Église, *Le Chemin* se donne également pour mission de conduire les membres de l'Église Évangélique du Congo à une « *citoyenneté responsable* », consistant à « *injecter* » dans la société leurs « *valeurs positives découlant de la Bible* »<sup>89</sup>. On retrouve là cette même forme de « *militantisme chrétien* » évoquée au niveau de *La Semaine Africaine*, s'illustrant par une volonté d'affirmation de « *l'identité religieuse* » de la part des dirigeants religieux, face à ce courant marxiste qui niait l'existence de Dieu et ne voulait donc pas entendre parler d'Églises dans la société congolaise. La presse se retrouve alors au cœur d'un enjeu de positionnements idéologiques antagonistes : alors que le parti-État s'en sert pour inculquer aux citoyens congolais les valeurs d'une société « *révolutionnaire* » promues dans l'idéologie marxiste-léniniste, les Églises entendent s'en emparer, pour éduquer les mêmes citoyens aux valeurs sociétales issues de la foi chrétienne.

La « *bataille médiatique* » entre l'idéologie marxiste-léniniste et la doctrine chrétienne s'inscrit ici dans cette problématique de la *communication pour le développement*, en considérant la presse comme un facteur structurant dans la formation de la *culture civique*, c'est-à-dire un lieu de transmission d'informations et/ou de connaissances susceptibles de faire changer les mentalités. La culture désignant « *toute manière de faire, de penser et de se*

---

<sup>88</sup> Entretien réalisé le 22/07/2011, à Brazzaville.

<sup>89</sup> Entretien avec l'équipe de rédaction du *Chemin*, réalisé le 22/07/2011, à Brazzaville.

*comporter, créée par l'homme et commune à un groupe* », il s'agit, tant pour le parti-État que pour les Églises, d'imposer sa « *manière de faire, de penser et de se comporter* » que chacun trouve légitime, d'autant plus que, « *dans une même société, toutes les cultures n'ont pas la même légitimité, la même valeur sociale : il existe une culture dominante et des cultures dominées* » (Champagne, Christin, 2004 : 224). Au-delà donc de cette bataille de positionnements idéologiques entre les Églises et le parti-État, c'est un *modèle culturel* que chaque partie entend défendre au niveau de la société congolaise. Et la culture ne fonctionne que par la communication de valeurs, de sentiments, des expériences. La presse étant censée jouer ce rôle de communication de valeurs, de sentiments et des expériences, l'enjeu médiatique devient avant tout un enjeu culturel, voire sociétal, comme on l'a vu avec la « *presse coloniale* » accompagnant le projet colonial de « *francisisation* » de la société congolaise.



## **Chapitre 3 : De la presse dite de « propagande politique »**

### **3.1. Une presse auxiliaire de l'action politique**

L'instrumentalisation de la presse par des leaders politiques obéit à l'idée que la presse a un pouvoir d'influence et de mobilisation des masses. Dans l'hypothèse où la presse africaine aurait épousé le modèle de presse occidentale, cette instrumentalisation de la presse pour des fins politiques répondrait donc du modèle occidental, comme le soutient Renaud de la Brosse : « *avec l'exportation du modèle occidental de journalisme, c'est toute une série de croyances supposées ou réelles dans l'influence des médias sur les publics et sur le pouvoir politique qui se développe en Afrique* » (De la Brosse, 1999 : 24). Pour ce qui est du Congo, l'instrumentalisation de la presse pour des fins politiques ne serait qu'une simple reproduction locale du modèle de presse français, puisque, dans sa genèse, le « *second tropisme du journalisme français est politique* » et la « *majorité des titres s'identifient à des sensibilités politiques, plus tard à des partis* », le contrôle d'un quotidien étant pour les élus « *une ressource stratégique dans les luttes parlementaires, la politique locale* » (Neveu, 2004 : 14). C'est donc ce modèle de presse, inspiré de la pratique journalistique de la *métropole* et ayant émergé la veille des indépendances, qui se développera en Afrique francophone en général, et au Congo-Brazzaville en particulier.

Le *modèle* est à comprendre ici comme une représentation simplifiée, qui vise à mettre en exergue les caractéristiques structurelles, c'est-à-dire les règles de fonctionnement récurrentes ou stabilisées d'un objet étudié. Ce que Brice Rambaud définit comme un ensemble de « *représentations schématiques d'une réalité, d'une pratique sociale, d'un processus qui s'inscrivent dans le temps* » (Rambaud, 2008 : 19). Pour ce chercheur, l'ensemble de la presse africaine évoluerait dans une sorte de logique de « *réplication* », c'est-à-dire de reproduction à l'identique des modèles de presse occidentaux, avec toutefois des adaptations propres à chaque société. En effet, dans sa thèse doctorale, Brice Rambaud fait une analyse comparée sur l'appropriation du modèle de presse écrite occidentale dans les sociétés burkinabè et kényane. Et dans cette problématique de l'appropriation des modèles de presse occidentaux par les Africains, l'auteur a mis l'accent sur le « *mimétisme* », tout en démontrant que si des « *mimes sont prégnants* », il existe néanmoins certaines « *africanisations* », notamment au niveau du contenu et de l'écriture de presse.

Mais pour le journaliste Thierry Perret (2005), les transformations subies par ce modèle de presse occidental, dans sa « *réplication* » au niveau de la sphère africaine, constitueraient les caractéristiques d'une presse dite « *de propagande* ». Celle-ci réunirait à la fois la « *presse coloniale* », la « *presse des indépendances* » et la « *presse de contribution à l'unité nationale* ». La « *presse coloniale* » regroupe les publications tenues par l'administration coloniale et les autres « *colons* », comme nous l'avons décrit un peu plus haut. La « *presse des indépendances* » est celle qui regroupe l'ensemble des publications tenues par des leaders politiques indépendantistes ; en tant que « *presse militante* », elle est considérée comme une « *arme de combat pour l'émancipation* ». La « *presse de contribution à l'unité nationale* », encore appelée « *médias officiels* » dans les nouveaux États indépendants, ce sont des organes de presse étatiques chargés de diffuser et d'illustrer la politique du gouvernement, rendre compte des efforts de développement économique, mobiliser les masses ; c'est une presse au service de la nation à édifier (Perret, 2005). Dans cette perspective, les pouvoirs publics avaient mis en place des organes de presse qu'ils considéraient comme « *des institutions officielles au service des orientations politiques et économiques du nouveau régime* » et qui « *devaient jouer le rôle d'instrument des changements à opérer au sein des structures économiques, sociales et politiques, et refléter à l'intérieur, comme à l'extérieur, les réalisations accomplies par le pays* » (Masmoudi, 1986 : 15 et 16). Cette presse dite de « *propagande politique* » serait ainsi la caractéristique dominante de toute la presse en Afrique francophone (Perret, 2005). La presse congolaise en ferait donc partie.

### **3.2. Quelques précisions sur la notion de *propagande***

Dans l'histoire contemporaine, la *propagande* est considérée comme un mécanisme de fabrication de l'opinion. Selon le *Petit Larousse* 2008, la *propagande* est une action systématique exercée sur l'opinion pour faire accepter certaines idées ou doctrines, notamment dans le domaine politique ou social. Aujourd'hui, lorsqu'on parle de *propagande*, on y voit généralement un mode de communication liée aux régimes politiques autoritaires, donc non démocratiques. Ce qui fait l'impasse sur la compréhension même de cette notion, en donnant l'impression que la *propagande* aurait pris naissance dans des régimes politiques autoritaires dont elle serait l'apanage. Or, en remontant la genèse même de la notion, on se rend compte que, outre son origine ecclésiastique, la *propagande* a été forgée et déployée dans un contexte politique purement démocratique (Lasswell, 1971 ; Chomsky, McChesnay, 2004 )

avant d'être appropriée par des régimes politiques autoritaires et connaître, enfin, un usage dévoyé que l'on en fait actuellement.

### **3.2.1. De la technique de transmission des idées à la persuasion de masse**

Edward Bernays – considéré comme le père de la propagande politique institutionnelle et de l'industrie des relations publiques – évoque quelques sources qui mettent en lumière l'origine et la signification de la *propagande*. Parmi ses sources, l'auteur cite le dictionnaire *Funk and Wagnall* qui donne quatre définitions du terme *propagande* :

1. Assemblée de cardinaux qui surveillaient les missions étrangères ; congrégation de la Propagande, créée à Rome par le pape Urbain VIII pour l'instruction des missionnaires catholiques [...]
2. Par extension, institution ou procédé destiné à la propagation d'une doctrine ou d'un système.
3. Effort systématique visant le soutien du grand public pour une option ou une ligne d'action.
4. Les principes mis en avant par une propagande (Bernays, 2007 : 40).

En tant qu'institution désignant une assemblée de cardinaux, *propagande* a donc une origine ecclésiale. L'instruction des missionnaires catholiques consistait en l'éducation de ces missionnaires à la fidélité à la doctrine officielle de l'Église Catholique. Il s'agissait, pour des missionnaires appelés à propager la foi chrétienne en dehors de l'Occident, de transmettre les vérités proclamées et admises par l'Église Catholique sans les travestir. Edward Bernays cite une autre source, la revue *Scientific American* qui reconnaît que ce mot a perdu son sens premier, celui de faire connaître, pour une organisation sociale, politique ou religieuse, la vérité qu'elle proclame. Et pour une organisation quelconque, faire connaître sa vérité ne serait pas en soi une mauvaise chose :

Si une assemblée d'hommes estime avoir découvert une vérité précieuse, c'est pour elle un devoir, plus encore qu'un privilège, de la répandre. Et quand ces hommes réalisent [...] qu'ils doivent s'organiser pour diffuser très largement et efficacement la vérité, ils n'hésitent pas à utiliser la presse et la tribune pour lui assurer la plus grande circulation (Bernays, 2007 : 41).

La *propagande* est conçue ici comme une technique de communication au service de la vérité. Comme telle, elle est une activité noble. Pour Edward Bernays, elle « *ne devient mauvaise et*

*répréhensible que lorsque ses auteurs s'emploient délibérément et en connaissance de cause à propager des mensonges, ou à produire des effets préjudiciables au bien public »* (Bernays, 2007 : 41). C'est ce dernier usage qui aurait dévoyé la *propagande* dans toute sa respectabilité et l'aurait reléguée au registre de la manipulation mensongère de l'opinion par une institution sociale quelconque. Ce serait « *essentiellement pendant la dernière guerre [mondiale] que cette altération s'est produite, quand le terme a pris un tour franchement sinistre* » (Bernays, 2007 : 40-41). Et c'est au sein de la société américaine que ce serait réalisée cette opération de dégénération de sens autour de la notion de *propagande*.

Certains auteurs font en effet remonter cette pratique (de manipulation mensongère de l'opinion) aux États-Unis, lors de la Première Guerre mondiale. Dans un ouvrage publié en collaboration avec Robert Waterman McChesnay, Noam Chomsky (2004) démontre le mécanisme de production de l'information aux États-Unis. Cet analyste des médias « *remonte le cours du siècle pour nous expliquer à grands traits limpides le fonctionnement du système de propagande instaurée aux États-Unis au moment de la Première Guerre mondiale par l'élite du monde politique et du milieu des affaires* » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 8). La première opération de propagande organisée par un gouvernement américain remonterait au mandat de Woodrow Wilson, élu vingt-huitième président des États-Unis en 1916, au milieu de la Première Guerre mondiale. À cette période, l'opinion américaine est très pacifiste et ne veut pas s'engager dans la guerre mondiale qui se déroulait sur le continent européen. Mais le président Wilson entendait engager son pays dans cette guerre. Pour faire basculer l'opinion américaine de son côté, il créa une commission gouvernementale de propagande, la *Commission Creel*. La mission de cette commission était de faire adhérer l'opinion américaine à l'option d'un engagement des États-Unis dans la guerre. Et les intellectuels, les publicistes et les reporters, qui composaient ce « *laboratoire de propagande* », avaient recours à tous les moyens alors connus de diffusion d'idées : presse, brochures, films, posters, caricatures, etc. Ainsi, en quelque six mois, la *Commission Creel* (du nom du journaliste George Creel qui la présidait) serait parvenue « *à transformer un peuple pacifiste en une population hystérique et belliciste qui voulait détruire tout ce qui était allemand, mettre en pièces les Allemands, entrer en guerre et sauver le monde* » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 17). C'est dans ce contexte que Carl Hovland (1953) s'est intéressé aux phénomènes de persuasion dans les petits groupes et aux processus de formation des opinions personnelles, entraînant l'école empirico-fonctionnaliste sur le terrain de l'influence des médias du point de vue de la réception.

Cette « réussite » aurait alors inspiré certains théoriciens de la démocratie libérale et d'autres personnalités du monde des médias. Ce fut le cas de Walter Lippmann (1945) qui, ayant vu dans la *propagande* une révolution dans l'art d'exercer la démocratie, préconisa son usage pour « fabriquer le consentement », c'est-à-dire pour obtenir l'adhésion de la population à des mesures dont elle ne veut pas (Chomsky, McChesnay, 2004 : 21). De là, découle une conception de la démocratie consistant dans l'exclusion du peuple de la gestion des problèmes qui le concernent, et ce par un contrôle des moyens d'information. Car, selon la théorie de Walter Lippmann (1945), la gestion des affaires du peuple et le contrôle des moyens d'information sont l'apanage d'une élite intellectuelle, ce que Edward Barnays appelle un « gouvernement invisible », c'est-à-dire « une classe spécialisée » qui comprend et définit le *bien commun* dont la compréhension échappe à l'opinion publique (Bernays, 2007 : 39). Le rôle de l'opinion publique serait ainsi d'assister, en tant que « spectateurs », et d'élire les « spécialistes » qui, eux, « dirigent le pays, c'est-à-dire à qui revient le rôle de penser et de planifier, ceux qui comprennent ce qu'est le bien commun » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 21-22). Cette conception serait fondée sur le principe de la « stupidité de l'opinion publique », stipulant que « la majorité de la population est tout simplement trop stupide pour comprendre les choses. Si elle essayait de participer à la gestion de ses propres affaires, elle ne réussirait qu'à susciter des problèmes » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 24). D'où il faut la dompter en « fabriquant » son consentement aux décisions de l'élite. Et pour y parvenir, il n'y aurait pas mieux que le contrôle de l'éducation et des médias, qui sont censés façonner les comportements.

Comme on peut le constater, la *propagande* est née dans un contexte de démocratie libérale; elle est un mécanisme de communication consistant à provoquer l'adhésion de la majorité des citoyens aux décisions de l'élite au pouvoir. Ainsi, pour Noam Chomsky et Robert Waterman McChesnay, « La propagande est à la société démocratique ce qu'est la matraque à l'État totalitaire » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 26). Avec la *propagande*, il « est désormais possible de modeler l'opinion des masses pour les convaincre d'engager leur force nouvellement acquise dans la direction voulue » par le « gouvernement invisible » composé de « ceux qui disposent des ressources et du pouvoir, à savoir la communauté des affaires » (Chomsky, McChesnay, 2004 : 33). La propagande ferait alors partie de « ces techniques de persuasion de masse » qui, selon Christian Delporte, seraient « précisément nées à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, avec l'affirmation du suffrage universel et des régimes démocratiques » mais que, par la suite, communismes et fascismes perfectionnèrent et rationalisèrent « dans une

*perspective totalitaire* » (Delporte, 2003 : 3). C'est dire que la *propagande* est avant tout une technique de communication de masse dont l'objectif serait de fédérer l'opinion publique autour de l'action de l'élite (Ellul, 1962), c'est-à-dire de la *tribu politique* au pouvoir, dans le contexte congolais.

### **3.2.2. Une technique de communication au service des partis politiques**

Originellement conçue pour dompter l'opinion nationale américaine, la *propagande* fut également utilisée par les services américains de propagande dans les pays européens nouvellement libérés du *nazisme*, comme l'affirme Fabrice d'Almeida, pour qui « *le lancement du plan Marshall, et l'envoi d'une aide massive sur le vieux continent, est l'occasion d'une campagne spéciale* » (d'Almeida, 2003 : 7). En effet, l'aide américaine apportée à l'Europe au lendemain de la victoire des *Alliés de la Seconde Guerre mondiale* sur les *nazis* fut exaltée par le secteur de la publicité menée par l'*Economic Corporation Administration* (ECA). Ce secteur publicitaire effectuait des actions d'information et d'influence en Italie, en Grèce, en Turquie, en Allemagne et en France. En Italie, par exemple, l'ECA finançait des films montrant les trains et les bateaux d'aide destinés à ce pays. Plusieurs diffusions radiophoniques étaient également programmées quotidiennement. Les citoyens italiens étaient ainsi invités à apprécier leur dette envers les États-Unis (d'Almeida, 2003). Par la suite, les partis politiques européens vont suivre ce modèle américain de communication politique. Le Parti socialiste italien (PSI), par exemple, sera l'une des formations politiques européennes à être attirée par cette technique. Fabrice d'Almeida en fait la démonstration avec cet extrait tiré du discours d'un dirigeant de ce parti politique italien :

En Amérique, la propagande électorale passe par les formes imaginables et les plus modernes que l'esprit humain puisse concevoir [...] en Italie [...] nous avons vu commencer un nouveau type propagandiste qui a trouvé dans le projecteur à format réduit sa forme d'action. Cela impose que chaque fédération possède une machine de ce format avec laquelle il sera possible de projeter des films à sujet social et politique qui pourront, mieux que dix réunions, attirer vers le parti de nouvelles adhésions et de nouveaux prosélytes (d'Almeida, 2003 : 9).

Le mouvement va gagner toute l'Europe occidentale. En Allemagne, dès le milieu des années 1950, les dirigeants politiques commençaient à acheter des espaces publicitaires dans la presse. En France, lors de la campagne pour les élections législatives de 1956, Guy Mollet, du

Parti socialiste (PS), sollicitera, pour ses prestations télévisuelles, le publicitaire Marcel Bleustein et le journaliste Pierre Sabbagh. Ce qui donna lieu à une sorte d'appropriation européenne de l'« *héritage culturel américain* » observé autour de cette « *pratique ouverte par le plan Marshall* » (d'Almeida, 2003 : 9). La *propagande*, comme technique de communication, fut ainsi mise au service du combat politique. Et l'on assista à la naissance d'une croyance dans les effets des médias sur l'opinion publique en Europe occidentale.

C'est cette croyance qui sera relayée dans l'opinion politique africaine ; elle s'exprimera à travers ce modèle de presse dite de « *propagande politique* » qui, en réalité, constitue l'illustration d'une extension de la *propagande*, dans ses deux dimensions politique et sociologique (Ellul, 1962), à la « *totalité des moyens grâce auxquels s'exprime une société et en particulier aux mass media* » (A.G., 1963 : 234). D'où cette tendance au contrôle gouvernemental des médias qui, s'inscrivant dans une perspective de « *gestion gouvernementale des opinions* » (Mattelart A., Mattelart M., 2004 : 18), constitue un aspect caractéristique de la *propagande politique* dont la pratique réside dans l'application des « *techniques de la foi collective et vise à la socialisation des doctrines politiques et des idéologies* » (Delporte, 2003 : 3). Cet aspect est d'ailleurs au cœur d'un grand courant de recherches en communication, les *Mass Communication Research* (Mattelart A., Mattelart M., 2004) dont Harold Dwight Lasswell (1971) fut l'une des figures emblématiques, notamment avec sa théorie sur l'*impact de la propagande*, ou encore Serge Tchakhotine (1992) avec son ouvrage *Le viol des foules par la propagande politique*. En effet, Harold Lasswell et les *Mass Communication Research* assignaient aux médias un rôle de propagandiste, au sens noble du terme, pour la promotion de la démocratie. Les médias joueraient ainsi trois rôles essentiels pour le *governmental management* des opinions : un rôle de surveillance de l'environnement, pour y repérer les menaces potentielles pour la société démocratique ; un rôle de formation du consensus entre les différentes composantes de la société, pour offrir des réponses adaptées aux défis de cet environnement ; un rôle de transmission des valeurs sociétales et de l'héritage culturel constitutifs de la démocratie, pour ne pas avoir à refaire systématiquement l'expérience des générations précédentes (Lasswell, 1948).

D'après Éric Dacheux, cette conception s'appuie sur deux traditions théoriques différentes, l'une d'inspiration marxiste, concevant la communication comme « *un système symbolique d'aliénation des individus, un produit de l'idéologie capitaliste qui "hypnotise" les foules* », et l'autre de filiation rationaliste, considérant la communication comme « *l'ennemie de la*

*raison* » (Dacheux, 2012 : 9-10). L'une des conséquences de cette conception s'est traduite par une confusion entre communication et manipulation, les médias ayant été considérés comme des instruments de manipulation de l'opinion, du fait que les élites politiques en seraient « *presque toujours* » fascinées et « *tentées de les utiliser pour essayer de contrôler l'opinion* » (Dacheux, 2012 : 12). C'est contre cette approche heuristique du phénomène médiatique, consacrant « *une représentation de l'omnipuissance des médias, considérés comme outils de "circulation des symboles efficaces"* » (Mattelart A., Mattelart M., 2004 : 18), que le courant des *Cultural Studies* (Mattelart A., Neveu, 2008) avait réagi en relativisant les supposés effets des médias sur les publics, dans l'hypothèse que les publics ne réagissaient pas « *comme une éponge qui s'imprégnerait passivement des flux d'informations que le journaliste gère à son intention* » (Cabedoche, 2003b : 224-225).

L'omnipuissance des médias est en effet relativisée par le fait que le « *public, qu'il soit tour à tour ou en même temps citoyen et consommateur, détermine en dernier ressort la nature des médias, leurs contenus, leurs façons de dire et de faire* » (Eveno, 2008 : 12), et ce, suivant les besoins et les compétences de chaque public. Cela conduit généralement à des usages médiatiques sélectifs au niveau des publics, qui peuvent adopter des postures différentes, de la *position dominante hégémonique* » à la « *position oppositionnelle* », en passant par « *la position négociée* » (Hall, 1994). La « *position dominante hégémonique* » renvoie au fait que les publics intègrent sans restriction le sens du message donné par l'émetteur. La « *position négociée* » est relative au fait que les publics comprennent bien le message émis mais peuvent l'interpréter selon leurs propres intérêts et envies. Enfin, la « *position oppositionnelle* » renvoie à la situation où les publics comprennent bien le message émis mais s'y opposent (Hall, 1994). Les positions « *négociée* » et « *oppositionnelle* » peuvent être considérées comme des *tactiques* (De Certeau, 1990), c'est-à-dire des manières de faire face contre cette prétendue omnipuissance des médias. La réception est donc une activité sociale, qui place les publics dans des postures d'adhésion ou de reconstruction/destruction du message qu'ils reçoivent. Enfin, ce qui caractérise un public des médias, ce n'est pas tant l'adhésion au message reçu que la capacité d'y réagir, c'est-à-dire d'émettre des injonctions (souhaits), des demandes, etc., comme l'avait démontré Dominique Pasquier (1999) dans son analyse du feuilleton *Hélène et les garçons*.

La tendance au contrôle gouvernemental ou politique des médias constitue également une ligne de démarcation entre la *propagande* et la *communication politique*, observée dans les



démocraties modernes. Alors que la *propagande* relève plus du contrôle des comportements par l'instance dirigeante, la *communication politique* repose surtout sur la mise en œuvre d'une relation dialogale en mobilisant des « *pratiques relationnelles, de savoirs faire, acquis souvent grâce à des professionnels étrangers au militantisme politique, et de tactique fondée sur la plus fine connaissance de ce qui fait l'originalité de la démocratie, l'opinion publique* » (Delporte, 2003 : 3). Et c'est là que réside la faiblesse de la *propagande*, dès lors que « *la persuasion de masse* » – qui est son mode opératoire – l'inscrit dans une logique diffusionniste, consistant en une démarche unidirectionnelle d'inculcation d'idées préconçues par l'instance dirigeante. Ce qui se traduit au niveau de la relation « *presse-publics* » par une *fracture communicationnelle* entre les organes de presse et les publics-lecteurs, d'autant plus que la mobilisation du paradigme diffusionniste de l'information ne permet pas une mise en œuvre inclusive de l'*intentionnalité discursive* dans les procès de construction de l'actualité, puisque seules les opinions de l'instance dominante seraient ici prises en compte. C'est pourtant cette logique qui, de façon générale, semble présider au fonctionnement de la presse congolaise, en épousant particulièrement les idéaux de la *tribu politique* au pouvoir. Dans la pratique, cela s'observe par une interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de certains journaux.

## **Chapitre 4 : De la fracture communicationnelle dans la presse congolaise**

### **4.1. La distension de lien entre la presse et ses publics**

Notre inscription dans une approche info-communicationnelle du développement des entreprises de presse nous pousse à considérer la presse comme un champ d'activités professionnelles, consistant dans la production et la diffusion de l'information. Nous appréhendons ainsi le développement des entreprises de presse congolaises, non pas seulement sous l'angle de l'acquisition des équipements et des compétences professionnelles en matière des TIC (ce qui renvoie à l'approche de la réduction de la « *fracture numérique* »), mais aussi et surtout sous celui de la réduction de la *fracture communicationnelle*. En d'autres termes, le développement des entreprises de presse est envisagé ici dans une approche d'innovation socioprofessionnelle, consistant dans la mise en œuvre d'une relation dialogique entre les professionnels de la presse et leurs publics, quitte à mobiliser les potentialités des TIC pour ce faire. Nous appréhendons donc la *fracture communicationnelle* comme un état de distension de lien entre la presse et ses publics, dans la double phase de la construction et de la diffusion de l'information. Ce même constat est d'ailleurs fait au niveau de la presse audiovisuelle publique, où les journalistes des chaînes d'État ne couvriraient que l'actualité des institutions qui les invitent. Du coup, de nombreuses informations leur échappent et de nombreux publics ne se retrouvent pas dans leurs reportages car ils n'y font l'objet d'aucun traitement. Mais il faut tout de même signaler qu'au niveau de l'audiovisuel congolais, des radios et des télévisions privées (en émergence) essaient d'innover, en diffusant des informations de proximité auxquelles les chaînes publiques ne feraient nullement attention<sup>90</sup>.

Cette *fracture communicationnelle* a été confirmée dans notre enquête, dans la mesure où tous les journaux interrogés affirment n'avoir aucune préoccupation sur la définition d'un profil précis de lecteurs. Pis, aucun journal n'affirme avoir réalisé des études sur son lectorat. C'est, entre autres, ce qui amène certains observateurs, voire les acteurs de la presse eux-mêmes, à affirmer que la presse congolaise serait plus une simple forme de liberté

---

<sup>90</sup> Cf. BANZ Philippe, « La diffusion de l'information par la presse d'État au Congo est incompatible avec le souci d'informer », in *La Semaine Africaine*, n° 3169, du mardi 21 février 2012, p.13.

d'expression qu'un secteur d'activité professionnel, parce que les organes de presse manquent de stratégies et d'enjeux de développement internes en tant qu'entreprises<sup>91</sup>. Ainsi, pour l'*Observatoire congolais des médias* (OCM), l'« entreprise de presse, à proprement parler, n'existe pas encore au Congo », pour « la simple raison que les opérateurs économiques n'ont jamais décidé d'investir dans un domaine qui ne semble pas rentable »<sup>92</sup>.

#### 4.1.1. La globalisation de l'information et l'indifférenciation des publics

Au niveau des journaux que nous avons interrogés, la *fracture communicationnelle* s'observe également à travers la *globalisation de l'information*. Ce dernier terme est à comprendre ici comme une approche de construction de l'information de presse, consistant dans la massification des publics, c'est-à-dire dans l'absence d'une définition claire des publics-cibles pour chaque offre informationnelle. Ce qui exclut donc la segmentation des publics, toute l'offre informationnelle paraissant avoir une cible unique dont la définition demeure par ailleurs floue. En effet, en dehors du journal *Le Chemin*, qui s'est présenté comme un « journal chrétien protestant » couvrant « les activités de l'Église [protestante] en priorité (60%) et les sujets de société (40%) », aucun autre journal interrogé n'affirme avoir ciblé des publics précis dans son offre informationnelle ; tous les journaux apparaissent comme des « généralistes ». La multiplicité de titres ne s'accompagne donc pas d'une diversification de l'offre informationnelle. Loin de représenter une *diversité* devant se manifester autant « par l'offre dans le choix des médias » que « par leurs contenus élaborés pour joindre une clientèle éclatée » (Chartier, 2003 : 33), l'offre informationnelle de la presse congolaise semble toujours focalisée sur le champ de l'action politique en général, et de l'action gouvernementale en particulier : « Si vous faites attention, vous pouvez vous arrêter seulement à deux ou trois journaux, ici, à Brazzaville, et vous avez l'information, parce que tout le monde dit la même chose, dans les mêmes termes, dans le même espace, dans le même ton »<sup>93</sup>, affirme un directeur de publication.

---

<sup>91</sup> Dans une interview accordée au journal *La Semaine Africaine*, dont il fut directeur de publication, Bernard Mackiza, coordonateur de l'*Observatoire congolais des médias* (OCM), affirme, au sujet de la presse congolaise : « Depuis toujours, je pense que la presse n'existe pas encore, c'est-à-dire que les entreprises de presse ne sont pas mises en place ou, tout au moins, ne fonctionnent pas comme il se doit. Il y a, évidemment, des journaux qui paraissent [...]. Mais, en réalité, ils sont une sorte d'expression de liberté », Cf. MALONGA Viclaire, « La presse n'existe pas encore et les journalistes ne sont pas totalement qualifiés », in *La Semaine Africaine*, n°2389, du 21 novembre 2002.

<sup>92</sup> *Observatoire congolais des médias, Etat de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007, p.2.

<sup>93</sup> Entretien réalisé le 10/08/2011, à Brazzaville.

Ce qui crée une *redondance* informationnelle (Chartier, 2003). Le phénomène renvoie à ce que Lise Chartier appelle, pour le cas de la presse québécoise, « *l'uniformisation transversale* » de l'information, c'est-à-dire que l'information « *diffusée par divers médias avec ou sans lien de parenté est puisée à des sources apparentées* » (Chartier, 2003 : 39). Les « *sources apparentées* », pour le cas de la presse congolaise, ce sont évidemment les sources institutionnelles liées au champ de l'action gouvernementale. On est là loin de l'idéal de la « *démocratie de masse* » (Wolton, 2009a) que sont supposées réactiver certaines pratiques journalistiques observées au niveau de la presse française, par exemple, où la multiplicité des titres de presse et la multiplication de supports s'accompagnent d'une diversification de l'offre informationnelle et d'une segmentation des publics. La conséquence directe qu'induit cette *globalisation de l'information*, c'est que l'on assiste à un développement *monoculturel* de la presse, se caractérisant par une médiatisation accrue de la « *parole* » (Breton, 2003) des acteurs du champ politique, et ce au détriment des autres champs sociaux.

À titre d'illustration, le bilan de l'année 2006 dressé par l'OCM fait état de « *manque de diversité de centres d'intérêts du public dans les médias congolais* », ces derniers ayant tous « *opté pour le compte rendu des activités politiciennes* »<sup>94</sup>. À cet effet, l'OCM, organe d'autorégulation de la profession journalistique au Congo, avait relevé 551 titres (sur l'ensemble de journaux parus à Brazzaville, de janvier à mars 2007) sur les questions politiques, et 229 titres sur l'ensemble des autres sujets, tels que le sport, la culture, la santé, etc.<sup>95</sup> Au niveau professionnel, cela se traduit par la mise en œuvre des pratiques journalistiques consistant à privilégier, dans le « *triangle journalistique* » des publics de la presse (Dauvin, Legavre (dir.), 2007), un seul sommet, celui des « *publics-sources* » officiels, constitué ici par les acteurs du champ de l'action gouvernementale. Ces pratiques induisent bien évidemment une relation d'exclusion mutuelle, ou d'indifférence entre les journalistes et les « *publics ordinaires* », ces derniers se caractérisant principalement par leur positionnement en marge du champ de l'action gouvernementale.

En effet, tous les journaux ou presque, dont nous avons interrogé les animateurs, s'affirment comme des organes d'information générale et/ou d'opinion. Les journalistes interrogés ne s'embarrassent pas de dire que leur journal offre une information de « *façon indifférenciée à un public général* ». S'il ne se définit pas comme un journal d'opinion, *Les Dépêches de*

---

<sup>94</sup> *Observatoire congolais des médias, Etat de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007, p.6.

<sup>95</sup> Voir Annexes II.

*Brazzaville* – l’unique quotidien du pays –, par exemple, se présente cependant comme un organe d’information générale : « *Nous ne sommes pas un journal d’opinion, nous sommes un journal d’information générale. Nous sommes là pour relayer l’information, les activités qui se déroulent dans n’importe quel secteur d’activités* »<sup>96</sup>, affirme un membre de l’équipe de rédaction. Ce que confirme un autre membre de la direction, qui précise que l’offre informationnelle de ce journal s’adresse à « *tout public qui sait lire et écrire* »<sup>97</sup>. Il en est de même au niveau du bihebdomadaire *La Semaine Africaine*, le plus ancien journal du pays, qui plus est considéré comme le plus « *sérieux* » de la place. Un membre de la direction le définit comme un « *journal d’information générale et d’action sociale* », dont l’information ne vise pas un public précis : c’est une « *info géné* », c’est-à-dire une information destinée à « *des citoyens, des populations, à des couches sociales, à des gens... à monsieur et madame tout le monde, à quelqu’un qui sait lire et écrire et qui voudrait s’informer* »<sup>98</sup>.

Dès lors, l’indifférenciation des publics et la globalisation de l’offre informationnelle apparaissent comme deux des caractéristiques principales de la presse congolaise. Par ailleurs, la localisation géographique de ces journaux en dit déjà long sur ce caractère global de l’information : tous les organes de presse sont basés dans la capitale, Brazzaville, et affirment ne pas avoir des moyens pour couvrir toute l’actualité nationale, surtout à l’intérieur du pays. Pis, il n’existe aucune messagerie pour la diffusion des journaux sur l’ensemble du territoire national. Certains journaux s’arrangent tout de même pour atteindre l’intérieur du pays par le jeu des correspondants locaux, ou par la signature des partenariats avec des sociétés de messagerie privée, telles que *GX International*. La presse apparaît donc comme un phénomène exclusivement urbain, sa pénétration en milieu rural étant très aléatoire (Gakosso, 1997). La stratégie de couverture et de diffusion développée par certains journaux ne vise encore que les grandes agglomérations urbaines. Cette stratégie consiste essentiellement en une politique d’implantation de bureaux dans les deux principales villes du pays, en dehors de Brazzaville. C’est le cas de *La Semaine Africaine* qui a un bureau à Pointe-Noire, et des *Dépêches de Brazzaville* disposant d’un service de rédaction à Pointe-Noire et un autre à Dolisie. La conséquence est que de nombreux champs sociaux sont ignorés, tant géographiquement que culturellement, surtout qu’il n’existe pas réellement de journaux ou de

---

<sup>96</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>97</sup> Extrait des réponses écrites à notre questionnaire, notamment à la question : « *Quels sont les publics que vous visez, à travers votre offre ?* ».

<sup>98</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

magazines spécialisés : la « *presse spécialisée ne se fraie pas encore un chemin au Congo* »<sup>99</sup>. Il faut tout de même signaler que *Les Dépêches de Brazzaville* développe une stratégie transnationale de couverture et de diffusion de l'actualité, en consacrant une très large part à l'actualité de la République Démocratique du Congo (RDC), où il a même implanté un service de rédaction à Kinshasa, comme il l'a d'ailleurs fait pour l'Europe, avec le bureau de Paris (France).

La question de la spécialisation se pose également au niveau des journalistes, car tous ou presque sont des généralistes : « *Il y a effectivement la spécialisation mais qui n'est pas encore, comme on dit, de mise chez nous. Chez nous, on forme des généralistes [...]* »<sup>100</sup>. Par ailleurs, un membre de l'OCM justifie la tendance à la *globalisation de l'information* dans la presse congolaise, par le défaut de spécialisation des journalistes au sein des rédactions. Ce professionnel de la presse estime que le journalisme est un métier qui requiert une culture générale, car il est l'un des métiers les plus exigeants, où les professionnels doivent avoir des connaissances sur tous les domaines de la vie. Cette exigence est liée à ce que la chercheuse québécoise Lise Chartier appelle « *l'exhaustivité* », c'est-à-dire la nécessité pour les médias « *de tout dire* » sur un événement, afin « *de satisfaire aux besoins de leurs différents publics, de rallier et de captiver un auditoire qu'ils souhaitent sans cesse croissant, et pour faire face à la concurrence effrénée qu'ils se livrent entre eux* » (Chartier, 2003 : 29). D'où l'impératif de la spécialisation, dans la mesure où personne ne peut accumuler des connaissances parfaites sur tous les domaines de la vie :

C'est l'un des métiers les plus exigeants, parce qu'il faut avoir des connaissances un peu partout, dans pratiquement beaucoup de domaines. Et comme aucun ne peut avoir des connaissances sur tout, il y a la division du travail. Au sein des rédactions, il devrait y avoir des gens qui ne s'occupent que des problèmes juridiques, des gens qui ne s'occupent que des problèmes politiques, des problèmes économiques, des problèmes culturels, des problèmes sportifs...<sup>101</sup>.

À ce sujet, on a pu tout de même noter quelques timides innovations, notamment au niveau du journal *l'Agenda* où c'est un journaliste détenteur d'une maîtrise en économie qui s'occupe de la rubrique « *économie* ». Mais cela est très marginal, la tendance générale étant à la

---

<sup>99</sup> *Observatoire congolais des médias, Etat de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007, p.2.

<sup>100</sup> Entretien avec un membre de l'OCM, réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

<sup>101</sup> *Id.*

formation générale, qui n'est d'ailleurs majoritairement assurée que sur le terrain de la pratique. Notons que notre enquête n'a pas abordé la question du profil de formation des journalistes exerçant dans les organes de presse que nous avons interrogés. Ceci s'explique par l'orientation que nous avons voulu donner à notre recherche, qui est plutôt axée sur les logiques d'entreprises que sur des pratiques individuelles. Une étude orientée sur la sociologie des journalistes congolais renseignerait donc mieux sur le profil de leur formation, sur leurs parcours professionnels et, éventuellement, sur leurs pratiques individuelles (Cabedoche, 2006a). Mais les quelques indices glanés au cours de notre enquête présument une forte présence de professionnels provenant du monde de l'enseignement public, de journalistes fonctionnaires d'État, ainsi que de jeunes diplômés sortis de la Faculté des Lettres et des Sciences Humaines (FLSH) de l'Université Marien Ngouabi (Brazzaville), particulièrement du département des Sciences et Techniques de la Communication (STC).

## **4.2. Deux questions fondamentales posées par la globalisation de l'information**

### **4.2.1. Globalisation de l'information et légitimité de la fonction journalistique**

Tout en posant le problème de la légitimité de la fonction journalistique, le phénomène de la *globalisation de l'information* confirme en même temps l'hypothèse, non pas de l'absence, mais de la faiblesse des stratégies entrepreneuriales au niveau des entreprises de presse congolaises. Ce phénomène peut partiellement être appréhendé comme l'un des avatars de la situation monopolistique dans laquelle s'était retrouvée la presse congolaise durant des décennies, comme nous l'avons signalé dans la première partie de cette recherche. Car avant l'ouverture démocratique du pays intervenue dans les années 1990, la presse était totalement gouvernementale, en dehors de l'hebdomadaire catholique *La Semaine Africaine* dont l'existence fut tolérée, ainsi que du mensuel protestant *Le Chemin*, qui fonctionnait dans les premières années de sa création plus comme un simple bulletin communautaire d'information qu'en tant que vrai organe de presse. Sous le monopartisme, la presse évoluait dans un régime que l'on pourrait qualifier de « *totalitaire* » (Balle, 1984), car c'est le parti-État qui était propriétaire de tous les organes de presse. Dans le cadre de la *propagande politique*, le parti-État devait en effet contrôler tous les médias. Les titres de presse autorisés appartenaient, soit

au parti-État, soit à ses affidés, c'est-à-dire les organisations de masse affiliées au parti-État. Ainsi, à côté d'*Etumba*, l'hebdomadaire qui fut l'organe de presse du parti-État (le PCT), du quotidien gouvernemental *Mweti* et de l'hebdomadaire sportif *Le Stade*, on a noté toute une panoplie d'autres petites publications formant une catégorie de presse que l'on pourrait qualifier de « *presse rouge* » ou de « *presse révolutionnaire* », à cause de leur obédience au parti communiste au pouvoir. Ce fut le cas des titres tels que *La Voix de la classe ouvrière*, *Jeunesse et Révolution*, *Combattant Rouge*, *Bakento ya Congo*, *L'Effort*, etc. (Kouvibidila, 2008). Si la plupart des titres ont connu des parutions assez circonstancielles, le plus important d'entre eux, *Mweti*<sup>102</sup>, n'a pas su faire le poids devant la déferlante démocratique des années 1990. Quant à *Etumba*, qui avait publié son premier numéro en 1964, il a cessé sa parution en 1992.

Ce qui est important à souligner dans cette évocation de la presse sous le monopartisme, c'est le fait que la presse poursuivait un but, non pas commercial, mais politique. En réalité, la presse gouvernementale ne prétendait pas servir le lecteur mais le diriger ; elle n'était pas non plus l'expression libre des opinions mais devait en inculquer une (Gakosso, 1997). Cette posture s'inscrit aussi dans le cadre de l'idéologie marxiste-léniniste, comme idéologie d'État à l'époque du monopartisme. En effet, pour la doctrine léniniste en matière de presse et d'information, les journaux sont considérés comme des « *organes des différentes institutions du parti* », qui doivent « *surveiller toute cette activité, la contrôler à fond* » (Masmoudi, 1986 : 70). Ce cadre idéologique a donc dû contribuer à cette réduction du journalisme à un rôle de courroie de transmission, que l'exigence du monopartisme, pour raison d'unité nationale, portait déjà. Dès lors, on peut comprendre qu'à l'heure de la libéralisation de la presse, il soit difficile pour les acteurs du champ journalistique de se convertir vite à la logique d'un « *journalisme de marché* », qui se conçoit comme une activité commerciale, et non pas comme une simple diffusion d'opinions sans cibles ni objectifs de rentabilité financière. Ce qui est bien révélateur d'un déficit en matière de stratégies entrepreneuriales au niveau de cette presse. Car, en réalité, une entreprise de presse comme telle poursuit un double objectif : informer et fabriquer l'audience (Mathien, 2003). Et l'audience est constituée par des publics, c'est-à-dire des « *individus-récepteurs qui soient fidèles au support et les plus réguliers dans le temps de réception ou dans l'achat du support afin de maintenir ou de développer leurs flux publicitaires à un niveau suffisant pour préserver leur équilibre* ».

---

<sup>102</sup> Créé en 1974 sur initiative du présent Marien Ngouabi, *Mweti* a fusionné avec deux autres organes de presse publique, *Le Stade* et *Congo Magazine*, pour donner naissance à *La Nouvelle République* en novembre 1998.



*de gestion et, le cas échéant, leur profit* » (Mathien, 2003 : 57). L'audience constitue ainsi un deuxième produit ou, mieux encore, un « *produit-joint* » qui concourt au développement d'une entreprise de presse, du fait qu'elle offre à la fois une garantie à la vente d'espaces publicitaires et une justification de la valeur d'usage du produit médiatique (Mathien, 2003 ; Chartier, 2003), comme nous l'avons déjà signalé au dernier chapitre de la première partie de notre recherche.

À ce niveau, la question qui se pose au sein des entreprises de presse congolaises est celle d'une « *conversion culturelle* » consistant dans le passage d'une « *presse étatique* », orientée vers la promotion des idéologies politiques, à une « *presse de marché* » s'illustrant dans la mise en œuvre des stratégies de captation et de séduction des publics sans exclusivité. Pour chaque entreprise de presse, l'objectif est de parvenir à la construction d'une *identité discursive* spécifique dans « *laquelle le public est invité à se reconnaître* », et ce par la mise en œuvre « *d'une relation à un public, spécifique et durable au fil des numéros* » (Delforce, Noyer, 1999 : 32). Il s'agit ici de la mise en œuvre du *processus d'intentionnalité discursive* dans la construction de l'information de presse. Or, cette dernière préoccupation semble faire défaut au niveau des entreprises de presse congolaises, dans la mesure où celles-ci n'accordent pratiquement aucune importance à la connaissance (plus ou moins approximative) de ses publics. Pourtant le développement de toute entreprise de presse passe par ces opérations de marketing et de promotion des titres auprès des publics, des opérations qui permettent la rencontre des produits informationnels avec les publics, en vue d'accroître l'audience.

L'accroissement de l'audience a pour finalité la rentabilité financière du titre, cette rentabilité s'obtenant par l'augmentation tant de la vente au numéro ou par abonnement, que des parts de marché publicitaire. Et, parallèlement, ces opérations de prise de contact avec les publics permettent aussi aux journalistes de légitimer leur fonction auprès des publics, dans la mesure où elles participent du *processus d'intentionnalité discursive*, c'est-à-dire de la négociation entre les producteurs-diffuseurs et les publics-récepteurs, en vue d'aboutir à une apparente convergence dans la représentation symbolique de la réalité sociale. L'enjeu fondamental de cette apparente convergence, qui est en quelque sorte une définition collective, ou une « *co-construction* » de la réalité sociale entre les deux instances (Charaudeau, 1997), est la légitimation même de la fonction journalistique, cette dernière reposant dans la confiance accordée par le public (Wolton, 2009a). Si ces opérations de prise de contact ou, mieux

encore, ce *dialogue* avec les publics participe de l'enjeu de légitimation de la fonction journalistique, l'absence du *dialogue* induirait *de facto* une « *délégitimation* » de cette même fonction journalistique. C'est ce qui expliquerait la désaffection supposée des publics congolais vis-à-vis de la presse locale. Toutefois, du constat de l'absence du *dialogue* avec les publics, peut-on conclure au déni de reconnaissance du statut d'entreprise aux organes de presse congolais ?

#### **4.2.2. Globalisation de l'information et statut d'entreprise de presse**

Nous inscrivant dans le cadre de la théorie des *industries culturelles et informationnelles*, nous pensons qu'il serait aberrant d'exclure les organes de presse congolais du statut d'entreprises de presse. En effet, dans sa caractérisation des modèles socio-économiques de la production culturelle et informationnelle, Bernard Miège (1996) évoque deux modèles concurrents, le *modèle éditorial* et le *modèle de flot*. Le premier concerne la production des marchandises culturelles (livres, disques, vidéo-cassettes, etc.), et le second la production radio-télévisée (journaux quotidiens d'information, magazines, documentaires, etc.). Et entre les deux, se profile la presse écrite, bien que le modèle de l'information écrite soit « *en quelque sorte le modèle original des industries culturelles et informationnelles* », car « *c'est à partir de lui, en accusant certains de ses traits, que se sont formés les deux autres modèles* » (Miège, 1996 : 179). Comme nous l'avons déjà évoqué plus haut, la presse africaine en général, et la presse congolaise en particulier évolue dans une logique de « *réplication* » du modèle de presse écrite occidentale, en faisant toutefois preuve d'une créativité originale (Rambaud, 2008). L'inscription de la presse congolaise dans cette logique de « *réplication* » prouve à suffisance que cette presse évolue dans une dynamique de fonctionnement des industries informationnelles, dont les caractéristiques fondamentales sont l'organisation industrielle de la conception et de la production des marchandises informationnelles, avec un personnel composé de salariés et de pigistes, un marché de masse segmenté ou indifférencié, des recettes tirées des ventes aux consommateurs et de la publicité (Miège, 1996). L'indifférenciation des publics (et la *globalisation de l'information*, son corollaire), qui caractérise la presse congolaise, fait donc (paradoxalement) partie des traits caractéristiques des industries informationnelles ; elle ne l'en écarte pas, bien qu'elle puisse constituer un frein à son développement, dans la mesure où l'émergence des NPCI conduit plutôt à des logiques médiatiques de segmentation des publics.

Par ailleurs, tous les organes de presse interrogés fonctionnent sur le même modèle socio-économique basé sur un personnel composé de salariés (avec la spécificité congolaise des salariés/fonctionnaires) et/ou de pigistes (collaborateurs) et tirant leurs recettes de la vente au numéro et par abonnement, ainsi que de la publicité ; cette dernière constitue d'ailleurs leur principale ressource financière. On ne pourrait donc dénier le statut d'entreprise de presse aux organes de presse congolais, dont l'activité consiste effectivement dans ces caractéristiques susmentionnées, d'autant plus que l'indifférenciation des publics ne signifie pas ici ignorance, mais plutôt « *massification* » des publics (Froissard, 2001). Par contre, ce qui pose problème, c'est la distension de lien avec les publics. Ce dernier point affaiblirait la légitimité même de la fonction journalistique et compromettrait ainsi le développement du secteur, dans l'hypothèse où le développement des entreprises de presse dépend de l'affirmation et de l'ampleur de leurs identités discursives respectives, celles-ci étant constituées sur la base d'une « *rencontre symbolique* » entre les produits informationnels et les publics. Le déficit en matière de stratégies entrepreneuriales semble également être justifié par le fait que la plupart des journaux privés congolais sont aujourd'hui encore tenus par des fonctionnaires d'État, comme nous l'avons déjà évoqué dans la première partie :

Très peu de journalistes sont privés, sont dans le privé [sic], parce que, à une certaine époque, à 90%, même plus, la presse congolaise était étatique [...]. Parce que tous les journaux, hormis *La Semaine [Africaine]*, et peut-être le journal des Protestants [*Le Chemin*], tous les autres journaux sont tenus par des fonctionnaires. Ceux qui les dirigent, c'est des gens de la radio, des autres, de la télévision, bon, qui s'ennuient et qui vont fonder des journaux. Et alors ? Puisqu'il a peur de perdre sa place dans la fonction publique, il ne va pas se prononcer outre mesure<sup>103</sup>.

Les journalistes fonctionnaires d'État ont pendant longtemps exercé leur métier dans le cadre du monopartisme, où l'information de presse se concevait comme une opinion institutionnelle à diffuser auprès des « *publics-citoyens* » qui, ces derniers, étaient simplement considérés comme des administrés de l'État. Comme nous l'avons déjà évoqué, une étude spécifique sur la sociologie des journalistes congolais, axée sur leurs profils à la fois de formation et professionnels, serait d'ailleurs intéressante pour bien mettre en évidence cet aspect qui nous a été révélé au cours de notre enquête. On pourrait alors appréhender la *globalisation de l'information* comme l'une des illustrations de la difficulté pour ces journalistes de se

---

<sup>103</sup> Entretien avec un membre de l'*Observatoire congolais des médias*, réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

convertir à une « *culture commerciale* » de la presse, qui suppose d'envisager l'information de presse, non pas comme un simple service d'État, mais un produit à la fois symbolique et marchand. Mais le problème n'est pas tant la difficulté de conversion que la monopolisation de la relation « *presse-publics* » par le champ de l'action gouvernementale. Cette monopolisation nous apparaît comme le *cadre social* (Goffman, 1991), indispensable à la compréhension des pratiques journalistiques dans la société congolaise. C'est en effet autour des pratiques journalistiques, induites par cette monopolisation de la relation « *presse-publics* » par le champ de l'action gouvernementale, que se cristallisent les usages des TIC dans ce secteur professionnel. Nous abordons cette monopolisation à travers l'interférence du *cadre* de l'action politique dans l'orientation éditoriale de la presse.

## **Chapitre 5. L'interférence du cadre politique dans l'orientation de la presse congolaise**

### **5.1. La dépendance de l'information vis-à-vis des sources gouvernementales**

L'une des tendances fortes que révèle notre enquête fait ressortir la lourde dépendance du traitement de l'information de presse vis-à-vis des sources gouvernementales et d'autres institutions publiques. C'est en effet une affirmation reconnue par la quasi-totalité des journalistes interrogés : ce sont le gouvernement et les autres institutions publiques qui font l'information. D'où la prédominance de ce que les journalistes appellent eux-mêmes *l'information institutionnelle* dans les journaux congolais. Cela est dû au fait que ce sont les sources gouvernementales qui sont privilégiées dans la collecte de l'information, même si les journalistes de certains organes de presse prétendent se démarquer des « *autres* » par une diversification de leurs sources. Or, la focalisation sur les sources gouvernementales apporte une « *coloration politique* » à toute information, comme le reconnaît un journaliste responsable de rubrique au journal *Talassa* : « *C'est de moins en moins qu'on se rapproche du gouvernement pour avoir une information vérifiable [...] car, souvent, quand on arrive là-bas, c'est souvent une information politique ou politisée, à la place d'une information, comme on le dit, qui est peut-être d'ordre social* »<sup>104</sup>. La conséquence est que les titres de presse apportent aux publics « *une information déjà vulgarisée et quelque peu déformée, dont le traitement pour le rétablissement de la vérité dans l'opinion est difficile* » (Sanibaguy-Mollet, 2003 : 74-75). La tendance à la « *politisation* » de toute information au niveau des sources gouvernementales s'inscrit dans la dynamique de ce que nous appelons ici le modèle de « *presse de propagande politique* », qui se conçoit comme un moyen de vulgarisation de l'action gouvernementale et de mobilisation des masses populaires autour de cette action.

Ce qui est mis en débat dans ce modèle de « *presse de propagande politique* », c'est la dépendance du traitement de l'information par rapport à l'action des gouvernants. C'est ce que nous appelons l'*interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de la presse*. L'orientation éditoriale de la presse est la manière dont un organe de presse choisit de rapporter et d'expliquer les faits de l'expérience ; elle peut s'observer au niveau du traitement

---

<sup>104</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

de l'information. Le traitement de l'information révèle ainsi les modalités discursives, c'est-à-dire les genres, les rubriques, les tons et les registres (De la Haye, 1985), mobilisés par un organe de presse pour rendre compte des faits de l'actualité. Le cadre politique désigne ici l'ensemble des contraintes politiques, dans lesquelles évoluent les organes de presse congolais. L'*interférence du cadre politique dans l'orientation éditoriale de la presse* renvoie alors à l'intégration de ces contraintes dans la ligne éditoriale de chaque organe de presse, dans la mesure où une ligne éditoriale remplit un « *effet de commande* » (Delforce, Noyer, 1999 : 35). Cette interférence constitue donc l'une des contraintes idéologiques les plus importantes qui réglementent les codes des écritures de presse dans la société congolaise. Elle fausserait ainsi certains enjeux sociétaux assignés à l'information de presse, particulièrement dans la perspective de la conception de la presse comme facteur structurant dans la formation de la *culture civique*.

Selon certains observateurs de la presse congolaise, ces enjeux sociétaux devraient se traduire par l'occupation du « *terrain de la formation des populations à une nouvelle citoyenneté, des populations aptes à comprendre les enjeux de leur devenir, à s'assumer dans la revendication et la protection de leurs droits par rapport à la gestion des affaires publiques* » (Sanibaguy-Mollet, 2003 : 74). Cette perspective est d'ailleurs reconnue par les professionnels de la presse eux-mêmes, comme en témoignent ces propos d'un directeur de publication sur le rôle de la presse dans la société congolaise : « *informer, éduquer, interpeller les acteurs [sociaux] à tous les niveaux sur la vie de la nation* »<sup>105</sup>. Pour ce faire, le cadre de production de l'information devrait s'affranchir de la tutelle gouvernementale, c'est-à-dire de l'interférence du cadre politique dans le traitement de l'information, en se forgeant une ligne éditoriale constante et indépendante vis-à-vis du champ de l'action politique. Ce qui ne semble pas si facile, dans la mesure où l'on observe un véritable « *verrouillage politique* » au niveau de cette presse. Ce « *verrouillage politique* » se traduit, entre autres, par une *précarité financière* venant renforcer la dépendance de la presse vis-à-vis des sources officielles, détentrices d'un double capital politique et financier.

---

<sup>105</sup> Extrait des réponses écrites à notre questionnaire, notamment à la question : « *Quel devrait être, d'après vous, le rôle de la presse dans la société congolaise ?* ».

### 5.1.1. Le contrôle politique par l'« institution » d'une précarité financière

#### 5.1.1.1. La précarité financière des entreprises de presse

Tous les journalistes interrogés sur les lois régissant l'exercice de leur profession affirment que le cadre juridique congolais en matière de métier de l'information et de la communication est presque l'un des meilleurs d'Afrique : « *Oui, notre loi sur la presse, c'est la meilleure d'Afrique [...]. Les journalistes congolais ne vont jamais en prison* »<sup>106</sup>, nous a confié un directeur de publication. Il s'agit d'un cadre juridique qui garantit la liberté de la presse, celle-ci étant l'une des libertés fondamentales restaurées au Congo à travers le choix d'un régime politique libéral, opéré par la *Conférence nationale souveraine* de 1991 (Yenga, 2007). En effet, depuis la réouverture du pays au pluralisme politique amorcé par la *Conférence nationale souveraine* de 1991, la presse congolaise jouit d'une liberté réelle, la liberté d'accès aux sources d'information ayant été garantie et la censure abolie (article 4, de la *loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication*). Les textes fondamentaux qui régissent la presse congolaise, de la *Conférence nationale souveraine* à nos jours, à savoir l'*Acte Fondamental de la Transition* (1991-1992), la *Constitution du 15 mars 1992*, l'*Acte Fondamental de la Transition flexible* (1997-2002) et la *Constitution du 20 janvier 2002* (actuellement en vigueur), proclament tous le principe de la liberté d'expression et, partant, de la liberté de presse (Mbanza, 2004 : 5). Dès lors, le champ de l'information et de la communication a connu deux lois successives régissant son fonctionnement : la *loi n°30/96 du 2 juillet 1996 sur la liberté de la presse*, remplacée par la *loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication*.

Si la première avait été jugée « *répressive et liberticide* » par les professionnels de ce champ, notamment « *en punissant les délits de presse par des peines d'amende et d'emprisonnement très lourdes* », la seconde, par contre, semble avoir reçu un accueil favorable parce qu'ayant dépenalisé les délits de presse, la peine de prison pour délit de presse n'étant envisagée que « *dans le cas d'une récidive d'injure au Chef de l'État* » (Mbanza, 2004 : 8). Des observateurs reconnaissent en effet que la loi actuelle « *comporte des avancées considérables dans un paysage médiatique africain encore très contraignant* » (Mberri, 2004 : 11). Outre la

---

<sup>106</sup> Entretien réalisé le 19/08/2011, à Brazzaville.

dépénalisation systématique du délit de presse, ces avancées consistent surtout en l'affirmation de la liberté d'entreprise, du pluralisme de courants, de pensées et d'opinions (article 3), ainsi que la possibilité pour les « *entreprises d'information et de communication publiques et privées de bénéficier d'une assistance soit directe, soit indirecte de l'État* » (article 8). Signalons que cette loi comporte 422 articles, dont 174 concernent directement la presse écrite et audiovisuelle. Sur les 174, 56 articles sont liés aux peines devant être infligées aux journalistes en cas d'infraction. Et c'est à ce niveau que certains observateurs soulignent ses limites, car les amendes prévues tournent entre 100 000 et 3 000 000 francs CFA (soit environ 152,46 et 4 573,86 €). Ainsi, pour la *Rencontre pour la paix et les droits de l'homme* (RPDH), une ONG congolaise œuvrant dans la défense et la promotion des droits de l'homme, de la culture de la paix et de la non violence, ce « *montant dans la situation actuelle de la presse congolaise est suicidaire et trop lourd* »<sup>107</sup>. Pour Joachim Mbanza, directeur de publication de *La Semaine Africaine*, la situation actuelle de la presse congolaise dont il est question, c'est celle de « *jeunes entreprises de presse indépendantes qui n'ont souvent pas de budgets de fonctionnement adéquats* » et qui peuvent donc être menacées « *de disparition, dans le cas où elles écopent de lourdes amendes* » (Mbanza, 2004 : 8). Et l'un des problèmes cruciaux, qui minent les entreprises de presse congolaises, est celui de la *précarité financière*. Car au Congo, l'entreprise de presse est souvent déficitaire. Sans appui extérieur, « *il est difficile de maintenir un journal en vie, pendant des années, sinon au prix du sacrifice de ceux qui y sont dévoués, et particulièrement des journalistes* » (Mbanza, 2003 : 68). En dehors des journaux comme *Les Dépêches de Brazzaville*, *La Semaine Africaine*, *Le Patriote* et *Le Chemin*, qui ont une assise financière plus ou moins stable (c'est selon le cas), tous les autres journaux que nous avons interrogés fonctionnent sans budget et vivent au jour le jour : « *Si nous avions renforcé la base de notre budget, je pense que les choses seraient peut-être mieux faites. Mais, malheureusement, comme nous vivons au quotidien, nous n'avons pas un budget* »<sup>108</sup>, affirme un directeur de publication.

Pour beaucoup de ces journaux sans budget de fonctionnement, la périodicité est liée au rythme d'acquisition d'un hypothétique financement de la part d'une quelconque personnalité physique ou morale. C'est ce qui explique le phénomène des parutions irrégulières, voire la

<sup>107</sup> Cf. « Déclaration de la RPDH à l'occasion de la journée mondiale de la Presse - Améliorer l'environnement économique et social des médias pour assurer leur indépendance et liberté effectives », in *R.P.D.H.* [en ligne] : <http://www.rpdh-cg.org/news/44/74/Declaration-de-la-RPDH-a-l-occasion-de-la-journee-mondiale-de-la-Presse--Ameliorer-l-environnement-economique-et-social-des-medias-pour-assurer-leur-independance-et-liberte-effectives> (consulté le 18/04/2012)

<sup>108</sup> Entretien réalisé le 11/07/2011, à Brazzaville.



disparition complète sur le marché, pour des titres de presse qui se définissent dans leur grande majorité comme des hebdomadaires : « *Beaucoup de titres ont disparu, ou bien même [dont] la périodicité est devenue déréglée : il y a des journaux qu'on respecte bien, qui paraissaient toutes les semaines, mais qui [ne] paraissent [plus que] trois semaines après ; c'est dû à ça* »<sup>109</sup>, nous a confirmé un directeur de publication, dont le titre a déjà disparu des kiosques après une petite année de parution. Cette situation pose donc le problème de financement des entreprises de presse congolaises, dont la principale source financière demeure la publicité. Or, le marché publicitaire congolais est très faible ; il est principalement tenu par les sociétés de téléphonie mobile (*MTN Congo, Airtel Congo, Warid Congo, Azur Congo*). En dehors du *Chemin*, des *Dépêches de Brazzaville* et du *Patriote*, qui ont d'autres sources de financement, les quelques autres journaux qui tiennent le cap de leur périodicité sont généralement ceux bénéficiant de contrats publicitaires avec des sociétés de téléphonie mobile. C'est peut-être à ce niveau-là que la « *société de l'information* », de laquelle participe le déploiement tous azimuts des réseaux de téléphonie mobile, contribue dans une certaine mesure au développement de la presse congolaise, notamment par l'entremise des contrats publicitaires passés avec quelques organes de presse. Pour beaucoup d'entreprises de presse, les contrats publicitaires passés avec les sociétés de téléphonie mobile s'avèrent comme la seule garantie de survie économique : « *Quand vous n'êtes pas abonnés à une société de téléphonie mobile, il n'y a rien ! Même moi, quand j'étais au Choc, les salaires étaient payés grâce aux contrats avec les sociétés de téléphonie mobile* »<sup>110</sup>, nous a confié un jeune directeur de publication dont l'entreprise a déjà fait faillite.

Il faut également signaler que la faiblesse des parts de marché publicitaire est aggravée par l'amateurisme de certains responsables de journaux, dans la négociation des contrats publicitaires. En effet, la majorité des organes de presse interrogés fonctionnent sans service commercial, ou sans un personnel qualifié en la matière. Souvent, l'ensemble du personnel se réduit à deux ou trois rédacteurs, voire à un seul agent, qui est généralement à la fois le promoteur/fondateur et le directeur de la publication. C'est le cas des journaux comme *La Rue Meurt* et *Le Nouvel Observateur d'Afrique*, dont le siège social de chacun se réduit au domicile de son promoteur et directeur de la publication, et sans aucun employé salarié, si ce ne sont des collaborateurs occasionnels. Cet amateurisme s'observe, entre autres, par un attentisme consistant à s'appuyer sur de simples relations familiales et/ou confraternelles,

---

<sup>109</sup> Entretien réalisé le 11/08/2011, à Brazzaville.

<sup>110</sup> Entretien réalisé le 11/08/2011, à Brazzaville.

pour espérer décrocher un contrat publicitaire : « *Moi, personnellement, c'est un neveu [...] qui me dit de temps en temps : "Tonton, viens !", et on part [...]. Dès que mon journal paraît, je le mets en PDF, je prends les annonceurs qui ont leurs adresses notamment dans le journal de mon neveu [...], je leur offre la lecture [...]. Et cette politique-là m'a permis, en retour, d'avoir une fois, deux fois, la confiance d'un annonceur* »<sup>111</sup>. Ce directeur de publication évoque ici deux types de relation : la relation de famille (« *un neveu* »), et la relation de confraternité (« *dans le journal de mon neveu* »). Le « *neveu* », dont il est question, est donc un confrère ou « *pair* », c'est-à-dire un acteur de la presse appartenant à un autre journal. C'est par la mobilisation de ces deux types de relation que ce directeur de publication parvient à décrocher des contrats publicitaires. Si la relation de famille peut être liée au népotisme (une pratique très fréquente, mais aussi très décriée dans toute la société congolaise), la relation de confraternité, quant à elle, renvoie à une sorte de *coopération transversale* entre « *pairs* » évoluant dans des organes de presse différents et occupant des positions différentes dans d'autres espaces sociaux, notamment les champs politique et économique.

Dans le cadre de la négociation des contrats publicitaires, la *coopération transversale* révèle un enjeu de positionnements stratégiques entre différents acteurs du champ journalistique. En effet, plusieurs journalistes se font recruter, soit comme chargés de communication ou conseillers en communication, soit comme chargés de relations presse dans des institutions gouvernementales ou d'autres structures sous tutelle, voire dans des entreprises privées, mais tout en continuant d'exercer leurs fonctions de journaliste dans des organes de presse. En tant que tels, ces journalistes participent également dans la gestion des annonces publicitaires et/ou des publi-reportages, au niveau des institutions/entreprises qui les ont recrutés : « *On recrute des chargés de la communication que l'on tient loin des réalités de l'entreprise [...], à qui l'on dit : "Bon, toi, appelle la presse", et lui, il appelle la presse [...]. La presse va autour de lui [...]* »<sup>112</sup>. À ce titre, ils font partie des interlocuteurs incontournables, auprès desquels les autres confrères en quête de contrats publicitaires devront désormais négocier. Dans cette situation, le décrochage d'un contrat publicitaire est généralement assorti d'une concession tacite d'un pourcentage aux chargés de communication ou de relations presse, qui ne manquent pas souvent de faire monter les enchères : « *À certains moments, vous êtes même conscient que vous êtes en train de vendre votre âme à Satan, parce que vous arrivez, vous avez un confrère qui gère de la publicité quelque part, il vous dit : "Je te la donne, mais à une*

---

<sup>111</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalise le 10/08/2011, à Brazzaville.

<sup>112</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

*seule condition : quel est mon pourcentage ?". Vous avez envie de paraître la prochaine fois, vous n'avez pas d'argent, ben, vous lâchez »*<sup>113</sup>, en cédant au confrère chargé de communication ou de relations presse une partie du montant du contrat publicitaire ainsi conclu. Ce sont également ces chargés de communication ou de relations presse qui sont souvent chargés de la distribution du « *per diem* »<sup>114</sup>, à des confrères invités à un point de presse organisé par l'institution, par exemple : « *C'est un confrère qui vous fait attendre deux heures, trois heures. Vous, vous êtes là, vous attendez jusqu'au moment où ça lui va, bon, il vous appelle : "Bon, toi, écoute, tiens 5 000 [7,62 €]. Toi, je ne t'ai pas invité, pourquoi tu es là ? Bon, tiens 3 000 [4,57 €] ! Bon, toi là-bas, qui t'a appelé ? Ah non ! Non ! Moi je ne t'ai pas appelé ! Tiens 2 000 [3,04 €]" »*<sup>115</sup>.

Autant dire que sur le marché publicitaire, la *coopération transversale* donne parfois lieu à des transactions financières, révélatrices à la fois d'une occupation stratégique des espaces sociaux hors de la presse et d'une possession inégalitaire des « *propriétés agissantes* » (Bourdieu, 2001) entre « *pairs* » au sein du champ journalistique. Du fait de l'occupation par certains journalistes des positions stratégiques dans d'autres champs sociaux (notamment les champs politique et économique), censés fournir des annonces publicitaires à la presse, le marché publicitaire devient l'objet d'un rapport de force interne au champ journalistique. Les journalistes positionnés dans le champ politique, par exemple, s'inscrivent généralement dans une logique d'obligation des résultats, orientée vers l'accroissement du *prestige* (Bourdieu, 2001) des acteurs politiques pour lesquels ils travaillent. Dès lors, la *coopération transversale* s'annonce beaucoup plus fructueuse avec des confrères s'inscrivant dans une même logique éditoriale, qu'avec d'autres. C'est ainsi que, dans l'octroi des annonces publicitaires ou des publi-reportages qu'ils sont susceptibles de gérer, les journalistes travaillant pour les acteurs de l'action gouvernementale privilégient le choix de journaux moins critiques à l'encontre du gouvernement. C'est ce que confirment ces propos d'un directeur de publication, dont le journal est accusé (à tort ou à raison) d'opposition au pouvoir en place et se voit ainsi remettre en cause un contrat publicitaire déjà conclu avec une institution administrative : « *Même les annonces, c'est vrai, on choisit, on n'annonce pas dans n'importe quel canard [...]. Moi, quand j'ai créé mon journal, j'ai eu la chance d'avoir deux ou trois fois les*

<sup>113</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>114</sup> Dans le jargon journalistique congolais, le « *per diem* » désigne une somme d'argent offerte par une institution à un journaliste couvrant un événement qu'elle organise. Nous y reviendrons plus largement.

<sup>115</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

*annonces des Grands travaux*<sup>116</sup>, mais je connais un confrère du secteur des publications qui a dit : "Mais comment vous pouvez donner les informations à un journal de l'opposition ?" »<sup>117</sup>.

Ainsi, au niveau des structures politiques ou administratives, où la gestion des annonces publicitaires est confiée à des professionnels de la presse, le marché publicitaire révèle une véritable mise en scène des jeux d'acteurs appartenant à la même « *confrérie journalistique* » mais occupant des statuts professionnels différents à l'extérieur du champ de la presse. Dans cette mise en scène, les enjeux apparaissent à la fois cruciaux et divergents, car se déclinant en termes d'accroissement de *capital financier* individuel (pour des journalistes chargés de communication ou de relations presse dans des structures hors de la presse) et de survie économique de l'entreprise (pour des journalistes responsables d'organes de presse). La tension y est vive, d'autant plus que les journalistes chargés de communication ou de relations presse sont supposés évoluer dans une double contrainte liée à l'accroissement de leur propre *capital financier* et à la valorisation du *capital symbolique* des institutions pour lesquelles ils travaillent. Cette double contrainte pourrait donc expliquer le surenchérissement des pourcentages, dont ils seraient coupables dans les négociations de contrats publicitaires avec leurs confrères responsables d'entreprises de presse, leur rémunération étant ici fonction de retombées médiatiques, en termes d'*image* et de *notoriété*, des structures qu'ils servent, comme nous le verrons dans le dernier chapitre de cette deuxième partie de notre recherche.

Quoi qu'il en soit, pour une entreprise de presse qui se veut sérieuse, la négociation des contrats publicitaires requiert la mise en place d'un personnel commercial qualifié, qui sache maîtriser le marché publicitaire, surtout que ce marché est très réduit et concurrentiel au niveau local. Or, c'est tout le contraire que l'on constate au niveau de ces entreprises de presse, comme le reconnaît un membre de l'Observatoire congolais des médias : « *Dans les rédactions [...], ou il est seul, ou ils sont deux. Mais à deux, qu'est-ce qu'on peut faire ? [...]* Donc, ils ne peuvent pas faire des démarches, parce que la publicité, pour l'obtenir, il faut quelqu'un qui soit capable de démarcher. Or, la publicité qu'ils ont maintenant ici, c'est la

---

<sup>116</sup> Il s'agit de la *Délégation Générale des Grands Travaux*, qui est un organe administratif et technique du gouvernement, chargé de la passation et de l'exécution des contrats de marchés publics, des contrats de délégation de service public de l'État, des autres personnes morales de droit public ou de droit privé, créé par le décret n°2002-371 du 03 décembre 2002 et réorganisé par le décret n°2009-158 du 20 mai 2009. Elle est une grande pourvoyeuse de la presse congolaise en annonces publicitaires, à côté des sociétés de téléphonie mobile, bien sûr.

<sup>117</sup> Entretien réalisé le 10/08/2011, à Brazzaville.

*téléphonie mobile, mais qui propose aussi leur prix [sic] »<sup>118</sup>. Pour le reste, on peut noter le fait que l'activité commerciale y est très dominée par le secteur informel, lequel brille généralement par le manque de transparence dans les transactions et par la corruption. Des produits qui, par exemple, entrent frauduleusement sur le marché congolais, c'est-à-dire sans déclarations douanières ni paiement d'autres taxes, ne peuvent pas faire l'objet d'annonces publicitaires dans les médias, au risque de se faire attraper par le fisc : « *Il y a beaucoup de marchandises vendues, par exemple, par les étrangers qui ne sont pas déclarées, et ils ne peuvent pas faire la publicité. Parce que, dans un pays normal, si vous faites la publicité, mais il y a la loi ! Comme ça n'a pas été déclaré, donc...* »<sup>119</sup>. La faiblesse du marché publicitaire est un fait qui a été reconnu par tous les journalistes que nous avons interrogés.*

Enfin, il n'existe encore aucun financement public conventionnel pour les entreprises de presse privées, malgré cette possibilité de bénéficier d'une assistance de l'État mentionnée dans la *loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication*. À ce sujet, aucun texte d'application devant fixer les modalités de cette « assistance » n'est mis en œuvre jusqu'à présent<sup>120</sup>. Bref, la presse congolaise, tant publique que privée, écrite ou audiovisuelle, évolue actuellement dans un environnement assez contraignant, marqué tout à la fois par l'étroitesse du marché publicitaire et l'absence des aides publiques<sup>121</sup>. Et la pire des censures dans une période de pénurie étant « *la censure par la précarité* » (Bourdieu, 2000 : 76), les institutions publiques, particulièrement le gouvernement, semblent ainsi profiter de cette situation pour tenir cette presse en laisse.

### ***5.1.1.2. De la précarité financière à la dépendance politique***

L'étroitesse, tant du marché publicitaire que du lectorat, et l'absence des aides de l'État exposent les acteurs de la presse à une pression financière très forte. Ne pouvant faire face aux différentes charges (sociales et économiques) liées au fonctionnement de leurs entreprises, les responsables de journaux réservent leurs espaces médiatiques aux plus offrants. La *précarité*

---

<sup>118</sup> Entretien réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

<sup>119</sup> Entretien avec un membre de l'Observatoire congolais des médias, réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

<sup>120</sup> *Id.* Voir Annexes III.

<sup>121</sup> Cf. « Déclaration de la RPDH à l'occasion de la journée mondiale de la Presse - Améliorer l'environnement économique et social des médias pour assurer leur indépendance et liberté effectives », in *R.P.D.H.* [en ligne] : <http://www.rpdh-cg.org/news/44/74/Declaration-de-la-RPDH-a-l-occasion-de-la-journee-mondiale-de-la-Presse--Ameliorer-l-environnement-economique-et-social-des-medias-pour-assurer-leur-independance-et-liberte-effectives> (consulté le 18/04/2012).

*financière* induit alors des pratiques journalistiques privilégiant des publics financièrement bien nantis. Dans une société où l'activité du secteur privé est très limitée, l'économie peu diversifiée (dépendant essentiellement des industries pétrolière et forestière), avec un taux de chômage assez élevé (34,2% en 2011, selon l'*Office congolais de l'emploi et de la main d'œuvre* – ONEMO)<sup>122</sup>, les acteurs politiques, particulièrement ceux engagés dans l'action gouvernementale, apparaissent comme le public le plus pourvu financièrement. Ce public devient une source de financement plus sûre pour les entreprises de presse congolaises. Forts de leur capital financier et s'inscrivant dans la perspective de la *propagande politique*, les acteurs de l'action gouvernementale se présentent comme des acheteurs d'espaces dans les journaux afin de promouvoir leurs propres discours. Ils en deviennent ainsi les premiers lecteurs et acheteurs. En tant que lecteurs possédant un pouvoir d'achat important, ils constituent également un segment de lectorat particulier (des clients potentiels), que les acteurs de la presse entendent monnayer auprès des annonceurs d'autres produits marchands.

Ainsi, pour attirer et fidéliser ce type de « *publics nantis* », les professionnels de la presse sont contraints d'entretenir une relation de *coopération* ou de *connivence*, avec les acteurs de l'action gouvernementale. Car, en tant que produit d'échange, la valeur d'usage de l'information de presse implique une rencontre entre l'offre informationnelle et les représentations socioculturelles des publics qu'elle intéresse. Ce qui conduit donc les professionnels de la presse à enserrer leur offre dans les représentations socioculturelles des acteurs de l'action gouvernementale, pour que ces derniers puissent s'y reconnaître et accepter le produit informationnel qui leur est ainsi proposé : « *L'élite politique a la facilité d'avoir le canard parce qu'elle dispose de moyens financiers* »<sup>123</sup>, nous a confié un directeur de publication, ou encore : « *Acteurs politiques qui sont au pouvoir, nous y allons juste pour – il faut dire le mot – quémander un support [...]. Oui, nous subissons cette influence-là, pour des raisons économiques* »<sup>124</sup>, a renchéri un autre directeur de publication. On assiste ici à une logique de marketing médiatique consistant dans la limitation de l'offre informationnelle à un seul et unique segment de public, celui possédant un double pouvoir financier et politique.

---

<sup>122</sup> Cf. GAMPKA Eugène, « Congo Brazzaville : Emploi, le taux de chômage s'élève à 34% », in *Africa-Info* [en ligne] : <http://africa-info.org/societe/3399-congo-brazzaville-emploi-le-taux-de-chomage-seleve-a-34.html> (consulté le 19/04/2012).

<sup>123</sup> Entretien réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

<sup>124</sup> Entretien réalisé le 10/08/2011, à Brazzaville.

En effet, ce qui semble plausible ici, c'est « *qu'au niveau de la presse congolaise, quand vous vous écartez du champ politique, votre journal est tourné en rebut ; c'est le champ politique qui tient tout* »<sup>125</sup>, affirme un directeur de publication, qui en aurait certainement fait les frais puisque son journal a déjà disparu du marché. C'est ce que certains acteurs de la presse congolaise appellent le « *verrouillage politique* » de la presse. Il s'agit d'une pratique qui consiste à privilégier la couverture des événements politiques, au détriment des autres sujets, comme nous l'a confirmé un journaliste responsable de rubrique au journal *Les Dépêches de Brazzaville* : « *C'est vrai, on traite plus des sujets liés à la politique. Dans nos conférences de rédaction, on arrive déjà avec des invitations ou des contacts téléphoniques [des acteurs politiques], et non avec des sujets. Nous répondons à des invitations* »<sup>126</sup>. Mais une relation critique avec ce type de publics (politiques) aboutit souvent à une logique de confrontation susceptible de générer une relation de défiance, voire d'affrontement entre les professionnels de la presse et les acteurs du champ de l'action politique. Et la presse ne serait jamais gagnante dans une telle relation, d'autant plus que l'autre partie est détentrice d'un double pouvoir politique et financier : « *Au journal Epanza Makita, on perd des amis juste parce qu'on leur dit que ce que tu fais [...] n'est pas bien* »<sup>127</sup>, nous a confié un membre de la direction du journal *Epanza Makita*. Les amis dont il est question ici, ce sont effectivement des soutiens, qui seraient à la fois politiques et financiers.

Le déploiement du pouvoir politique, contre des journaux s'inscrivant dans une relation critique vis-à-vis des acteurs du champ de l'action gouvernementale, s'exprime parfois à travers des pressions exercées par des institutions de tutelle à l'endroit des acteurs économiques privés. Ces derniers peuvent en effet recevoir des consignes, leur interdisant formellement d'accorder des contrats publicitaires à des journaux jugés trop agressifs vis-à-vis du pouvoir, ou se réclamant ouvertement de l'opposition : « *Tous les organes de presse ou presque sont à la solde du pouvoir [...]. Les journaux se réclamant de l'opposition sont asphyxiés : les quelques entreprises qui peuvent fournir de la publicité sont contrôlées par les hommes au pouvoir, qui ordonnent à quel journal il faut donner les annonces et à qui il faut les refuser* »<sup>128</sup>, affirme un secrétaire de rédaction. C'est ce qui serait arrivé au journal *La Rue Meurt* qui, se définissant comme un « *journal d'opposition* », se serait vu couper de toute possibilité de contrats publicitaires avec les plus grands annonceurs de la place (sociétés de

<sup>125</sup> Entretien réalisé le 18/08/2011, à Brazzaville.

<sup>126</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>127</sup> Entretien réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

<sup>128</sup> Entretien réalisé le 22/07/2011, à Brazzaville.

téléphonie mobile, l'Agence de régulation des postes et des communications électroniques, etc.), en plus d'avoir été victime du saccage de son siège social et de la destruction de son matériel informatique par des éléments de la force publique, tel que nous l'a révélé notre enquête. Dès lors, du journal hebdomadaire « *tiré à quatre épingle* » (à cause notamment de la notoriété de sa ligne éditoriale jadis centrée sur la satire et la caricature) qu'il était dans les années 1990 à 2000, *La Rue Meurt* n'est plus qu'une simple publication irrégulière dite « *d'analyse et d'opinion* ». C'est dire que la survie financière au niveau de la presse congolaise vaut coopération avec les acteurs du champ de l'action gouvernementale. D'où l'institution d'une autocensure au niveau de certaines entreprises de presse, pour éviter de déplaire aux acteurs du champ de l'action gouvernementale.

### 5.1.2. L'institution d'une pratique journalistique dénommée « *camorra* »

Cette autocensure peut également s'exercer sans pressions extérieures, d'autant plus que certains journalistes s'imposent à eux-mêmes un devoir moral de ne pas offenser leurs « *pères nourriciers* » que sont les acteurs de l'action politique : « *Mais cet homme-là t'a nourri. Bon, pourquoi le critiquer ? [...] À ce niveau-là, vous vous créez vous-même une sorte d'autocensure. Ça, franchement, on ne pourra pas l'éviter. Même avec les grands journaux, c'est le même combat* »<sup>129</sup>, soutient un directeur de publication. On a là une pression d'ordre financier, qui serait la plus importante, à en croire certains acteurs de la presse. Cette pression expose en effet les journalistes à la corruption, même au niveau la presse dite « *religieuse* » : « *Nos journalistes ne sont pas bien payés. Ce qui les expose à la corruption, même si nous sommes un journal chrétien* »<sup>130</sup>, atteste l'équipe de rédaction d'un journal religieux. En fait, les journaux congolais semblent vivre essentiellement de la générosité des organisateurs d'événements qu'ils sont appelés à couvrir. Les frais de reportage, par exemple, sont dans la plupart des cas supportés par les organisateurs de l'événement à médiatiser. Ce qui fait que « *la grande partie dans le traitement de l'information est consacrée aux actions de ceux du gouvernement ou bien ceux des ONG qui ont des possibilités de faire déplacer les journalistes* »<sup>131</sup>, affirme un journaliste du bihebdomadaire catholique *La Semaine Africaine*.

<sup>129</sup> Entretien réalisé le 18/08/2011, à Brazzaville.

<sup>130</sup> Extrait des réponses écrites à notre questionnaire, notamment à la question : « *Existe-t-il des pressions extérieures dans l'exercice de votre métier ?* »

<sup>131</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.



Pour un acteur politique, par exemple, passer à la *Une* d'un journal fait souvent l'objet d'une négociation à coup d'argent avec le journaliste-reporter. C'est ce que l'on appelle, dans le jargon journalistique congolais, la « *camorra* ». Il s'agit d'une pratique consistant, pour les organisateurs d'un événement, à monnayer la couverture médiatique de leur événement contre l'attribution de quelques avantages financiers et/ou matériels aux journalistes : « *Le jeune journaliste qui est parti là-bas [en reportage], on le prend en charge : un petit 5 000 [francs CFA, soit environ 7,62 €], ça fait quelque chose à un jeune, parce que tous nos jeunes sont des sans-emplois pour la plupart* »<sup>132</sup>. Ce qui est certain, c'est que la pratique ne se limite pas seulement aux « *jeunes sans-emplois* », mais à tous les professionnels de la presse congolaise, même ceux exerçant dans les médias publics et qui sont considérés comme des fonctionnaires d'État. Il s'agit d'une pratique bien ancrée dans les mœurs des journalistes congolais, comme nous l'a confirmé un responsable de l'équipe de rédaction au quotidien *Les Dépêches de Brazzaville* : « [...] *la pratique est bien réelle dans notre pays, que ça soit au niveau des organes d'État ou des organes privés. Ça devient comme institutionnalisé [...] puisque tout le monde en prend, les nôtres également* »<sup>133</sup>. Et c'est, entre autres, ce phénomène qui expliquerait la focalisation des journaux congolais autour de l'*information institutionnelle*, et ce au détriment des autres sujets de société, comme nous l'a confié un journaliste évoluant à *La Semaine Africaine* :

Cela s'explique par le simple fait qu'au niveau de la presse, les gens veulent bien s'intéresser aux autres sujets mais ils se disent, comment financer, comment faire ? Ils vont vers ceux-là qui peuvent facilement les faire déplacer, qui peuvent leur donner, par exemple, 5 000, 10 000 francs [CFA, soit environ 7,62 et 15,24 €], ou avec lesquels ils peuvent négocier des pages à hauteur de 100 000, 200 000, 300 000, 400 000 francs CFA [soit environ 152,46 €, 304,92 €, 457,38 €, 609,84 €]. Donc, ils pensent qu'avec ces gens-là, ils peuvent facilement écrire des sujets et être sûrs qu'ils seront lus par ces tierces personnes<sup>134</sup>.

Cette pratique existe un peu partout en Afrique francophone. Le journaliste Thierry Perret l'avait déjà relevé en ces termes : « *Tous les responsables politiques le savent, une conférence de presse bien organisée s'accompagne d'une enveloppe pour les journalistes, à seule fin de leur permettre le déplacement. Puis le montant du pécule augmente en fonction de l'influence prêtée au journaliste, ou des intentions du donneur* » (Perret, 2005 : 194). En République

<sup>132</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalisé le 10/08/2011, à Brazzaville.

<sup>133</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>134</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

Démocratique du Congo (RDC), par exemple, cette pratique est appelée « *coupage* », et elle « *consiste en l'allocation par les sources d'information de ressources financières ou matérielles aux professionnels des médias, lorsque ceux-ci couvrent certaines manifestations organisées par les premières* » (Lapess Munkeni, 2006). En d'autres termes, le passage dans les médias est subordonné à une transaction financière et/ou matérielle, car « *lorsqu'on répond à ces invitations [à couvrir un événement], on peut recevoir des enveloppes ou des crédits pour téléphoner* »<sup>135</sup>, reconnaît un responsable de rubrique au journal *Les Dépêches de Brazzaville*. Mais « *comme tous ne peuvent y passer, la meilleure cause est celle du plus offrant, souvent au mépris du goût du public* » (Gakosso, 1997 : 26). Et le « *plus offrant* » semble donc l'acteur du champ de l'action gouvernementale, grâce à son double capital politique et financier.

Il faut signaler que cette pratique a cours dans tous les médias congolais, la presse écrite comme l'audiovisuel. Dans l'audiovisuel, par exemple, la pratique a conduit à un déséquilibre effarant dans la couverture médiatique en périodes électorales. Ce phénomène a pu être observé tout dernièrement, avec la campagne pour les élections législatives de juillet 2012, campagne électorale au cours de laquelle les candidats du camp gouvernemental se sont taillé la part du lion dans les différentes chaînes publiques et privées, et ce au détriment des autres candidats : « *Passer dans les médias coûte cher, affirment certains candidats. Conséquence : ce sont les candidats des partis de la majorité [présidentielle] qui sont privilégiés dans les médias. Il suffit de suivre un journal à la radio ou à la télévision, pour constater que les candidats de la majorité ont la part belle* »<sup>136</sup>. Et pour l'OCM, « *per diem* » et frais de déplacement seraient « *des concepts quotidiennement développés par les journalistes congolais* »<sup>137</sup>. Cette logique serait ainsi à l'origine de l'exclusion du circuit médiatique des autres publics, constitués essentiellement des « *publics ordinaires* », dont la caractéristique principale serait la faiblesse du pouvoir d'achat et le manque de pouvoir politique. Car, « *Depuis que la Conférence nationale a instauré le per diem, aujourd'hui, le journaliste d'aujourd'hui ne fait rien sans l'argent. Je dis bien : "rien sans l'argent"* »<sup>138</sup>, nous a confié un journaliste-reporter au *Patriote*. Pour paraphraser le journaliste Hervé Bourges (1978), la

<sup>135</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>136</sup> Cf. « Campagnes électorales à double vitesse dans les médias », in *La Semaine Africaine*, n° 3206 du vendredi 6 juillet 2012, p.6.

<sup>137</sup> Observatoire congolais des médias, *État de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007, p.5.

<sup>138</sup> Entretien réalisé le 19/07/2011, à Brazzaville.

liberté de la presse au Congo ne signifierait rien d'autre que la liberté pour « *les riches* » – ceux qui ont déjà le pouvoir politique et l'argent – de contrôler les médias.

Le « *per diem* » désigne en effet une allocation financière journalière que le gouvernement (organisateur de l'événement) attribuait à chaque participant aux assises de la *Conférence nationale souveraine* de 1991. Dès lors, cette pratique semble avoir pris corps aujourd'hui dans toute la société congolaise, où la participation à certains événements, tels que les séminaires, les ateliers de formation, les forums, etc., vaut perception d'une petite allocation financière journalière pour chaque participant. Le glissement de cette pratique dans le milieu journalistique s'est particulièrement observé au moment des *États généraux de l'information et de la communication*, ouverts le 20 avril 1992 (soit juste quelques mois après la *Conférence nationale souveraine* de 1991) et ayant rassemblé plusieurs délégués de la corporation, auxquels le gouvernement devait verser une allocation journalière individuelle de 2 000 francs CFA (soit environ 3,04 €). Ces états généraux, qui devaient faire un bilan de la presse congolaise (écrite et audiovisuelle, publique comme privée) et envisager son avenir, avaient connu plusieurs interruptions, notamment à cause de certains participants qui, n'ayant pas touché leur salaire depuis trois mois, avaient « *déclenché une grève... du per diem* » (Gakosso, 1997 : 22). Le « *per diem* » était en effet censé suppléer au défaut de perception du salaire pour les journalistes fonctionnaires d'État. D'après Jean-Claude Gakosso (1997), la « *grève du per diem* » de 1992 aurait ainsi consacré la pratique de la « *camorra* » dans la presse congolaise. Mais les acteurs politiques finançant la couverture médiatique de leurs événements attendent un alignement pur et simple des journalistes bénéficiaires sur leur *prestige*, en les mettant en valeur et en faisant passer leur message sans fausse note, comme nous le verrons un peu plus loin. L'information produite dans le cadre de la « *camorra* » est donc une information à la fois « *valorisante* » et « *promotionnelle* », c'est-à-dire celle faite sur commande, « *encadrée par des accords explicites dans des intérêts mutuels* » et disant « *du bien* » des organisateurs des événements qui sont présentés comme « *ceux qui font du bien* » (Ruellan, 2003 : 57). Ce qui, dans le traitement de l'information, induit une autocensure au niveau des journalistes, pour ne pas égratigner leurs « *pères nourriciers* » et éviter ainsi d'éventuelles menaces de leur part.

En fin de compte, l'information de presse apparaît ici comme un lieu de révélation des rapports de force, entre différents acteurs appartenant à des champs sociaux différents et aux intérêts divergents. La notion de champ est à comprendre ici comme un espace social

*relativement* autonome, structuré par des relations inégalitaires associant des agents diversement pourvus de ressources, mais qui ont en commun de participer à un même jeu et d'en partager le sens (Bourdieu, 2001). La confrontation de ces trois champs (politique, économique et médiatique) autour de l'information de presse crée un jeu de relations, qui renvoie à l'émergence d'une sorte de « *champ social occasionnel* », hybride et très aléatoire, au sein duquel chaque acteur agit stratégiquement par un positionnement se référant aux intérêts de son propre champ traditionnel d'appartenance et selon les types de ressources dont il dispose. Comme chaque champ social se définit par des enjeux et des intérêts spécifiques, et aussi par des luttes pour converser ou subvertir l'état des rapports de force (Lafaye, 1996), l'information de presse révèle ici l'état de ces rapports de force entre les acteurs des champs médiatique, politique et économique. Et l'une des caractéristiques du champ social étant l'inégalité des ressources entre les différents acteurs sociaux, ce sont donc les acteurs politiques (les plus pourvus parce que détenteurs d'un double capital politique et financier) qui y imposent leur loi, donnant ainsi l'impression d'influer plus largement sur le traitement de l'information de presse. Cette dernière deviendrait finalement un dispositif de mise en scène, ou de visibilité, des acteurs les plus puissants, la puissance étant ici liée à la possession de ce double capital politique et financier. La notion de *dispositif* est à comprendre ici comme un ensemble d'éléments symboliques, essentiellement stratégiques et participant d'une « *manipulation de rapports de force, d'une intervention rationnelle et concertée dans ces rapports de force, soit pour les développer dans telle direction, soit pour les bloquer, ou pour les stabiliser, les utiliser* » (Foucault, 1954 : 229-300). Étant les plus pourvus en ressources grâce à leur double pouvoir politique et financier, les acteurs du champ politique réussissent à imposer les règles du jeu qui concurrencent à leur propre avantage. À l'abolition légale de la censure, s'est alors subtilement substituée une autocensure illustrant la persistance de la dépendance politique de la presse congolaise.

Bref, autocensure, dépendance politique et précarité financière constituent les principaux paramètres sociopolitiques et économiques qui, en lien avec deux logiques sociales de la communication que nous évoquerons plus loin, structurent fortement l'appropriation professionnelle des TIC, particulièrement d'Internet, au niveau des entreprises de presse congolaises.

## **Chapitre 6. L'appropriation professionnelle d'Internet dans la presse congolaise**

### **6.1. Internet : un support de diffusion plutôt qu'un mode d'écriture de l'actualité**

Si l'usage d'Internet dans les activités de production et de diffusion de l'information s'est traduit ailleurs par un traitement multimodal de l'information, ce constat est encore loin d'être une réalité au niveau de la presse congolaise. Certes, il existe quelques journaux qui connaissent actuellement une double diffusion sur papier et en ligne, mais le traitement de l'information diffusée dans les deux supports reste identique : c'est une information centrée uniquement sur le texte et l'image fixe. *Les Dépêches de Brazzaville* ne diffuse encore qu'une information basée sur le texte et l'image fixe, alors que son site Internet annonce toujours l'ouverture imminente d'un accès libre aux séquences sonores et vidéo. En fait, ce journal est une publication d'une agence d'information, l'*Agence d'Information d'Afrique centrale* (ADIAC). Le contenu de son édition papier n'est qu'une sélection de différents articles, préalablement mis en ligne la veille sur le site Internet d'ADIAC et dont l'accès est réservé aux abonnés, comme l'affirme un responsable de l'équipe de rédaction : « *Quand ils [les journalistes] envoient [les articles] chez le webmaster, chez lui, c'est instantané : dès qu'il reçoit, il la [l'information] balance et la met déjà en ligne. Or, la même information, dans l'édition papier, va sortir demain* »<sup>139</sup>. Le traitement de l'information reste ainsi le même sur les deux supports papier et numérique, puisque la même information mise en ligne sera reprise pour le journal papier sans modification aucune, tout comme on a pu le constater au début des pratiques d'écriture en ligne dans la presse quotidienne française à la fin du 20<sup>ème</sup> siècle (Thierry, 1998 ; 2000). À son tour, l'édition papier, qui est vendue à 100 francs CFA (soit environ 0,15 €) l'exemplaire, sera intégralement mise en ligne sur le site Internet d'ADIAC et gratuitement offerte aux publics, sous le format PDF.

Au niveau de *La Semaine Africaine*, on observe le même fonctionnement : le contenu mis en ligne sur son site Internet ne diffère point de celui de l'édition papier, et il n'existe aucune mise à jour, sinon l'exposition à la page d'accueil de certains articles phares de l'édition papier en cours. Tout comme on le constate au niveau des *Dépêches de Brazzaville*, l'édition

---

<sup>139</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

papier de *La Semaine Africaine* est intégralement mise en ligne et gratuitement offerte aux publics sous le format PDF, alors que l'exemplaire imprimé est actuellement vendu à 350 francs CFA (soit environ 0,53 €). Le contenu y est aussi uniquement centré sur le texte et l'image fixe : « *Pour l'instant, on s'est limité au fait que le site doit reprendre le même contenu du journal [...]* »<sup>140</sup>, affirme un membre de la direction. Tous les autres journaux, que nous avons abordés et qui diffusent actuellement en ligne, connaissent presque le même fonctionnement, tout au moins en ce qui concerne l'écriture de l'actualité mise en ligne et le mode d'accès : uniquement centré sur le texte et l'image fixe, le contenu est partout offert gratuitement aux publics. La seule différence que nous avons pu observer se situe au niveau des modalités de mise en ligne : si *Les Dépêches de Brazzaville* et *La Semaine Africaine* ont opté pour une transposition intégrale sur le Web du fichier PDF de l'édition papier, les autres journaux, tels *Le Patriote* et *Talassa*, se limitent simplement à la transposition des rubriques papier sur le Web. Ainsi, au niveau du *Patriote*, par exemple, on ne trouvera pas en ligne toute la maquette du journal tel qu'il se présente en imprimé, mais plutôt toutes les rubriques du journal correspondant à l'ensemble des rubriques de l'édition papier en cours, avec le même contenu. En ce qui concerne *Talassa*, l'information mise en ligne se semble pas suivre la même périodicité que l'édition papier, qui se présente tantôt comme un hebdomadaire, tantôt comme un bihebdomadaire ; on n'y retrouve non plus aucune illustration iconique, contrairement à l'édition papier qui associe le texte à l'image.

Comme on peut le constater, cette description met simplement en relief quelques caractéristiques langagières de l'information en ligne diffusée par certains journaux congolais. En tant que telle, si elle ne peut nous renseigner sur les logiques d'entreprise qui sous-tendent ce mode de traitement de l'information, elle constitue néanmoins une porte d'entrée dans l'appréhension des usages d'Internet au sein des entreprises de presse congolaises. En effet, tout mode de traitement de l'information de presse obéit à des « *règles secrètes* » (De la Haye, 1985 : 3) qui représentent autant de logiques socioprofessionnelles en cours dans les entreprises de presse. Et les sites Internet, de quelque manière qu'ils se présentent, sont à leur tour traversés par ces logiques (Rouquette, 2009). Ce qui revient à dire que la matérialité langagière, c'est-à-dire le mode de traitement de l'information de presse décrit ci-dessus n'est pas du tout neutre, elle est porteuse de stratégies et de logiques d'entreprise auxquelles elle obéit. Notre enquête révèle bien cette inscription du traitement de l'information en ligne dans

---

<sup>140</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

des logiques internes aux entreprises de presse congolaises. Au niveau de *La Semaine Africaine*, par exemple, on justifie ce mode de traitement de l'information par une stratégie d'entreprise liée au manque de ressources financières et humaines : « *Oui, par choix, mais aussi dicté par le manque de moyens. Parce que, quand on ouvre un site, il faut carrément une double rédaction pour s'occuper vraiment du site* »<sup>141</sup>, affirme un membre de la direction. Ces propos confirment à la fois la nécessité de la réorganisation des ressources, notamment l'acquisition de nouvelles compétences professionnelles, et la restructuration des services rédactionnels. La diffusion en ligne s'accompagne en effet d'une restructuration des services rédactionnels, dans le cadre d'un traitement multimédiatique de l'information (Matthien, 2007). Ce qui implique la nécessité d'une réorganisation du *structurel rédactionnel*, qui passe ici par l'affectation de nouvelles ressources humaines (acquisition de nouvelles compétences professionnelles), matérielles mais aussi financières.

La réorganisation du *structurel rédactionnel* exige évidemment des moyens, tant humains que financiers, conséquents. L'absence de moyens oblige ainsi à une appropriation contextualisée d'Internet, qui sert ici de simple support de diffusion, excluant ainsi les fonctionnalités liées au mode d'écriture de l'actualité, dont la mise en œuvre paraît financièrement discriminatoire. En effet, le financement des sites Internet, tout comme celui des journaux imprimés, coûte cher. Malheureusement au Congo, la presse souffre d'un manque criant de financements, comme nous l'avons relevé plus haut. Cette précarité financière, qui constitue un handicap dans l'appropriation professionnelle d'Internet, avait déjà été soulignée par André-Jean Tudesq, pour le cas général de certains pays d'Afrique francophone, où « *la presse n'attire pas les capitaux des hommes d'affaires africains, soit qu'elle n'apparaît pas rentable, soit que la pression des gouvernants ou seulement la crainte de leur déplaire les éloignent d'investir dans la presse indépendante, soit parce que la classe commerçante, peu instruite, attache peu d'intérêt à la presse* » (Tudesq, 1995 : 123). Ce qui place cette presse dans une situation de précarité financière chronique. Et l'état de précarité financière constitue ici un obstacle dans la mise en œuvre de certaines fonctionnalités d'Internet, particulièrement celles liées à une écriture multimodale de l'actualité. Dès lors, Internet apparaît comme une technologie financièrement discriminatoire pour la presse congolaise. Mais il n'y a pas que les fonctionnalités liées à l'écriture multimodale comme telle qui sont exclues, puisque l'on observe également une absence de dispositifs socio-numériques liés à l'interactivité de la

---

<sup>141</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

relation « *presse-publics* » et qui accompagnent la diffusion en ligne de l'information de presse dans d'autres espaces géographiques. C'est ce que nous abordons dans le point qui suit.

## 6.2. Quand la dépendance politique induit le rejet du *participatif*

### 6.2.1. Un rejet lié à l'« *anarchie* » des échanges sur Internet

Ce que nous entendons par le *participatif*, c'est l'ensemble des dispositifs socio-numériques intégrés au sein des sites Internet des titres de presse afin de permettre l'interactivité de la relation « *presse-publics* », c'est-à-dire l'échange entre les professionnels de la presse et leurs publics (Aubert, 2011b). Il s'agit de la participation d'internautes dans les plates-formes numériques de dialogue mises en place par les organes de presse. Et l'idée de participation « *repose sur la supposition d'un accès plus aisé à la connaissance permis par Internet ainsi qu'aux possibilités d'expression données aux citoyens par un support plus ouvert que les médias classiques* » (Coutant, 2012 : 20). Le *participatif* se réfère ainsi aux dispositifs socio-numériques de dialogue qu'offre particulièrement le Web 2.0 (commentaires, blogs, forums, chat, etc.). Son absence dans les sites des journaux congolais ne s'explique pas seulement par le manque de moyens financiers. Il s'agit plutôt d'un choix éditorial dicté par le contexte sociopolitique local. Au niveau des *Dépêches de Brazzaville* et de *La Semaine Africaine*, on affirme avoir volontairement écarté ces dispositifs d'interactivité à cause de leur caractère libertaire qui serait susceptible de nuire à leur ligne éditoriale respective. Pour la direction de *La Semaine Africaine*, par exemple, la mise en œuvre de tels dispositifs doit nécessairement s'accompagner d'un contrôle des échanges, que l'entreprise ne peut malheureusement assurer, faute de moyens : « *Malheureusement, avec ces moyens de communication-là aussi, la performance est telle que, il y a des esprits malveillants qui vous jouent un sale tour [...]. On n'a pas les moyens de contrôler tout ça* »<sup>142</sup>. Il faut en effet reconnaître qu'Internet est aussi un espace de diffusion d'informations fausses ou inexactes (Kiyindou, 2009c). Ce faisant, l'émergence des NPCI s'accompagne d'un phénomène de diffusion de *hoax*, c'est-à-dire de l'information fausse, périmée et/ou invérifiable. Aussi n'est-il pas rare de voir circuler sur le Web des textes et autres images qui se révèlent comme de purs canulars. C'est le cas, par exemple, de ce message : « *Au Nigeria, les musulmans brûlent les chrétiens, une image le*

---

<sup>142</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.



*prouve !* », qui avait circulé sur le Web, avec une photo choc montrant des corps calcinés devant un bâtiment que rien ne permettait de localiser. En réalité, cette photo, supposée dénoncer les violences post-électorales au Nigeria qui, depuis avril 2011, opposent chrétiens et musulmans, aurait été prise en juillet 2010, après l'explosion d'un camion-citerne en République Démocratique du Congo<sup>143</sup>.

Un autre fait assez significatif, c'est le piratage dans la journée du 26 février 2012, du site économique du groupe *La Dépêche du Midi* ([www.midipresse.fr](http://www.midipresse.fr)) où des hackers avaient diffusé une fausse dépêche de l'Agence France Presse (AFP), annonçant la mort par accident de la route du président français Nicolas Sarkozy<sup>144</sup>. À son tour, le *New York Times* faisait les frais des pirates informatiques, par la publication d'un faux éditorial sur son site Internet au cours du week-end du 29 juillet 2012<sup>145</sup>. Aussi le démêlage du « *bon grain de l'ivraie* », qui passe par la mise en œuvre des mécanismes autant de veille et de contrôle des contenus que de sécurisation technique des sites Internet eux-mêmes, n'est-il pas une tâche facile pour des organes de presse congolais manquant de moyens, et ce dans un « *monde [d'Internet] où la loi peine à se faire appliquer* » (Kiyindou, 2010 : 13). Un site Internet, [www.hoaxbuster.com](http://www.hoaxbuster.com), s'est d'ailleurs spécialisé dans le débusquage des rumeurs et des manipulations d'images sur Internet. Il convient toutefois de faire remarquer que l'usage d'informations fausses, ou la manipulation d'images, n'est pas propre à Internet ; il s'agit d'un phénomène déjà observé même au niveau des médias « *traditionnels* », surtout des médias audio-visuels. À ce niveau, les exemples les plus mondialement reconnus demeurent la couverture médiatique de la *Révolution roumaine* de 1989, avec notamment « *les images détournées du charnier de Timisoara* », et le traitement télévisuel de la *Guerre du Golfe* en 1991, qui mettait en scène les « *fausses images de la première guerre du Golfe* » (Weissberg, 2005 : 51). Pour le cas du « *charnier de Timisoara* », il s'est avéré par la suite que les cadavres exhibés devant les caméras avaient été déterrés dans le cimetière des pauvres<sup>146</sup>. En ce qui concerne la *Guerre du Golfe*, la prétendue possession par l'Irak des armes de destruction massive – le prétexte sous

---

<sup>143</sup> LESEGRETAIN Claire, « Les fausses rumeurs sur les chrétiens persécutés se multiplient sur Internet », in *La Croix* [en ligne] : [http://www.la-croix.com/Religion/S-informer/Actualite/Les-fausse-rumeurs-sur-les-chretiens-persecutes-se-multiplient-sur-Internet-\\_NP\\_-2012-02-13-768102](http://www.la-croix.com/Religion/S-informer/Actualite/Les-fausse-rumeurs-sur-les-chretiens-persecutes-se-multiplient-sur-Internet-_NP_-2012-02-13-768102) (consulté le 23/04/2012)

<sup>144</sup> Cf. « Une fausse dépêche sur un site économique annonce la mort de Sarkozy », in *Le Point.fr* [en ligne] : [http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/une-fausse-depeche-sur-un-site-pirate-fait-etat-de-la-mort-de-sarkozy-26-02-2012-1435389\\_47.php](http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/une-fausse-depeche-sur-un-site-pirate-fait-etat-de-la-mort-de-sarkozy-26-02-2012-1435389_47.php) (consulté le 23/04/2012)

<sup>145</sup> Cf. « Un pirate publie en ligne un faux éditorial du "New York Times" », in *Le Monde* [en ligne] : [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/07/29/un-pirate-publie-en-ligne-un-faux-editorial-du-new-york-times\\_1739938\\_3236.html#xtor=RSS-3208](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2012/07/29/un-pirate-publie-en-ligne-un-faux-editorial-du-new-york-times_1739938_3236.html#xtor=RSS-3208) (consulté le 29/07/2012).

<sup>146</sup> Cf. *Le Monde diplomatique* [en ligne] : <http://www.monde-diplomatique.fr/carnet/2009-12-21-Timisoara> (consulté le 16/07/2012).

lequel les États-Unis vont déclencher la guerre contre le régime de Saddam Hussein en 2003 – se serait finalement révélée comme un véritable « *mensonge d’État* »<sup>147</sup>. Pour Denis Ruellan (2011), ces deux exemples auraient cristallisé la méfiance « *du public* » français vis-à-vis des médias.

Quoi qu’il en soit, le phénomène de circulation de *hoax* sur Internet induit une prudence au niveau de la presque totalité des journalistes congolais que nous avons interrogés. Ces journalistes sont surtout très réticents quant à la reprise dans leurs journaux de diverses informations circulant sur Internet, pour la simple raison qu’ils n’auraient pas de moyens pour vérifier leur exactitude et leur véracité : « *Imaginez-vous que je tombe dans [sic] un blog quelconque, et je trouve une information. Je n’ai pas la capacité de vérifier cette information-là. Alors, je la prends, et je la balance directement dans notre journal. Et si jamais l’information n’était pas vérifiable, valable ! À ce moment-là, c’est le journal qui va tomber peut-être dans des poursuites et autres* »<sup>148</sup>, affirme un responsable de l’équipe de rédaction des *Dépêches de Brazzaville*. En effet, si l’incident du genre de la fausse information relative au décès du président français s’était produit sur la presse congolaise, il y aurait eu de graves conséquences au niveau de l’organe de presse qui l’aurait diffusée. Ceci est lié au fait que le traitement de l’actualité dans la société congolaise semble fondé sur la prédominance du discours des acteurs du champ de l’action gouvernementale. C’est ce que le chercheur bolivien Luis Ramiro Beltrán appelle « *l’élitisme* », c’est-à-dire « *la croyance en un ordre social naturel commandant la prédominance des uns et l’obéissance des autres* » (Beltrán, 1978 : 75). Il s’agit ici de la prédominance du champ de l’action gouvernementale, dont le discours se présenterait comme l’unique *cadre social* d’appréhension de toute la réalité congolaise. Dans ce contexte précis, l’information diffusée par la presse se confondrait avec le discours officiel des gouvernants ou de l’ensemble des acteurs de la *tribu politique* au pouvoir. La presse ne serait alors qu’une simple caisse de résonance des institutions établies. Tout brouillage apporté à ce discours officiel, notamment par le « *colportage* » d’informations incontrôlées circulant sur la « *blogosphère* », serait considéré comme une atteinte à l’*image* non seulement des organes de presse eux-mêmes, mais aussi et surtout des institutions gouvernementales dont ils sont censés relayer le discours.

---

<sup>147</sup> Cf. RAMONET Ignacio, « Mensonges d’État », in *Le Monde diplomatique* [en ligne] : <http://www.monde-diplomatique.fr/2003/07/RAMONET/10193> (consulté le 16/07/2012).

<sup>148</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

Cette posture trouve sa justification dans l'institution du monolithisme politique dans la société congolaise. À un moment donné de l'histoire politique de ce pays, l'institution de ce monolithisme politique s'est traduite par la mise en œuvre du *Nouvel ordre national de l'information* (Kouvibidila, 2008), concevant les médias comme de simples supports de transmission des visées idéologiques de la *tribu politique* au pouvoir. C'est une conception des médias qui perdure dans la mentalité des acteurs politiques congolais, qui ont compris que la presse constitue un lieu de valorisation de leurs actions : « *ils ont compris les médias et ont assimilé la nécessité de faire parler de soi, de se mettre en valeur, de vendre son image, de faire passer le message* » (Gakosso, 1997 : 26). D'où cette tendance à l'occupation quasi exclusive de l'espace médiatique (privé comme public) par les acteurs du champ de l'action politique qui, en réalité, sont « *en concurrence pour le monopole de la manipulation légitime des biens politiques* », une concurrence dont l'enjeu consiste dans la conquête du pouvoir sur l'État afin d'imposer leur propre « *principe légitime de vision et de division du monde social* », comme l'avait déjà analysé Pierre Bourdieu au sujet des acteurs politiques en Europe (Bourdieu, 2000 : 63-64). Pour ce faire, les acteurs de l'action gouvernementale, qui ont déjà conquis ce pouvoir sur l'État, supportent mal l'intrusion des discours contraires, tant des adversaires politiques que d'autres « *publics profanes* », dans l'espace médiatique qu'ils veulent bien contrôler pour n'y faire circuler que leurs propres « *idées-forces* », c'est-à-dire « *des idées qui donnent de la force en fonctionnant comme force de mobilisation* » (Bourdieu, 2000 : 63). Aussi les acteurs de l'action gouvernementale n'hésitent-ils pas à rappeler les journalistes à l'ordre, dès lors qu'ils se plaisent à publiciser les « *ragots de la rue* », ou tout autre discours oppositionnel/contestataire vis-à-vis de la *tribu politique* au pouvoir. Ce qui conduit souvent à des rapports de force entre les acteurs du champ politique et les professionnels de la presse congolaise. Pour éviter de s'engager dans de tels rapports de force où la presse n'est pas censée sortir gagnante, certains journaux préfèrent simplement éviter l'intégration dans leurs sites Internet de tout dispositif socio-numérique d'interactivité avec les publics.

#### **6.2.1.1. Un exemple de rapport de force entre les deux champs politique et médiatique**

Des discours tenus par les uns et les autres peuvent constituer une belle illustration de ces rapports de force entre les acteurs du champ de l'action politique et les professionnels du

champ médiatique. Alors que les premiers tentent d'imposer leur vision du rôle des médias dans la société, les seconds essaient de résister à cette « *injonction politique* », en y opposant leur propre vision de la couverture médiatique de la réalité sociale. Les propos du président congolais Denis Sassou Nguesso et la prise de position du directeur de publication de *La Semaine Africaine* Joachim Mbanza apparaissent comme révélateurs de ce type de rapports de force entre les deux champs sociaux. En effet, lors d'une visite au chantier de construction du complexe hydroélectrique d'Imboulou, au nord-est du département du Pool, le 26 janvier 2009, le président congolais avait adressé des propos assez critiques à l'encontre de la presse nationale qui, selon lui, manquerait de « *curiosité* » sur les réalisations du gouvernement et se contenterait simplement de rapporter les rumeurs de la rue : « *À vous la presse, je pense que si vous aviez la curiosité du journaliste, au lieu seulement de rester à Brazzaville pour ramasser les ragots dans les rues, vous seriez déjà venus ici plusieurs fois, pour rendre compte au peuple. Vous ne le faites pas [...], vous devez vous rendre compte du travail qui se fait ici* »<sup>149</sup>. On peut comprendre ces propos comme un reproche fait à la presse congolaise, qui n'en ferait pas assez dans la couverture médiatique des réalisations gouvernementales. À cause donc de ce manque de « *curiosité* » sur les réalisations gouvernementales, la critique du président congolais se veut encore beaucoup plus vive, lorsqu'il traite, dans la même intervention, les journaux congolais de « *quelques feuilles de choux* », c'est-à-dire des journaux de mauvaise qualité.

Comme une réponse *du berger à la bergère*, Joachim Mbanza signe, dans l'édition du vendredi 30 janvier 2009 du journal qu'il dirige, un éditorial dans lequel il rappelle le rôle de la presse dans une démocratie. Il apporte un *distinguo* clair et net du rôle de la presse, suivant que celle-ci évolue dans un contexte de monopartisme ou dans celui du pluralisme politique :

Sous le monopartisme, le rôle de la presse était d'accompagner et d'être la caisse de résonance de la politique du parti unique. Les journalistes devaient, alors, mettre leur talent et leur intelligence, quitte à briller par le zèle et verser dans le culte de la personnalité, au service des tenants du pouvoir [...], en démocratie, la presse a un tout autre rôle. Elle est la courroie de transmission entre la base et le sommet et vice-versa ; le chien de garde des valeurs

---

<sup>149</sup> Cf. « Visite du président Denis Sassou Nguesso au complexe hydroélectrique d'Imboulou », in *La Semaine Africaine*, n° 2865 du vendredi 6 février 2009 [en ligne] : <http://lasemaineafricaine.com/> (consulté le 13/02/2009).

démocratiques et républicaines, des droits et libertés des citoyens, face à la toute-puissance de l'appareil d'État<sup>150</sup>.

Ainsi, pour Joachim Mbanza, le rôle de la presse en démocratie consisterait aussi bien dans le ramassage « *des ragots dans les rues* », qui représentent ici l'expression des préoccupations de la « *base* », c'est-à-dire des « *publics ordinaires* », que dans le compte rendu des actions des gouvernants, ou le « *sommet* » des « *publics-sources* ». C'est en cela que consisterait ce rôle de « *courroie de transmission* » : apporter au « *sommet* » de l'État les problèmes qui se vivent à la « *base* » de la société, et rendre compte à la « *base* » des solutions préconisées par le « *sommet* ». On voit là deux conceptions différentes du rôle des médias qui s'affrontent. Si la première veut assigner à la presse un rôle d'accompagnement de l'action gouvernementale pour la rendre plus visible vis-à-vis des citoyens qui sont appelés à y adhérer, la seconde penche plutôt pour l'établissement d'une relation entre le gouvernement (« *le sommet* ») et sa « *base* », ainsi que dans la défense de leurs droits et libertés. Si la première met en œuvre une conception à la fois linéaire et descendante de la communication, c'est-à-dire celle qui part du « *sommet* » vers « *la base* », la seconde est, quant à elle, révélatrice d'une conception circulaire de la communication.

La position du professionnel de la presse s'inscrit ici dans cet idéal démocratique autour duquel se serait constituée et développée la presse, tout au moins dans les sociétés occidentales. Dans la société française, par exemple, la professionnalisation des acteurs de la presse se serait réalisée dans un cadre « *de référence aux droits de l'homme et du citoyen de 1789* », la plupart des journalistes ayant « *progressivement été conduits à privilégier un modèle de société, la démocratie* » (Mathien, 2002 : 61). Par contre, les propos de l'acteur politique sont révélateurs de ce modèle de presse dit de « *propagande politique* ». C'est d'ailleurs ce dernier modèle de presse que dénonce le journaliste dans son éditorial, lorsqu'il parle de « *chevaliers de la plume et du micro [...] confinés dans le rôle de "griots du pouvoir"* »<sup>151</sup>. Ce sont donc deux idéologies ou, mieux encore, deux modèles de régime politique qui s'affrontent à travers ce rapport de force entre ces deux acteurs sociaux de champs différents : la presse de « *propagande politique* » renvoie à un régime politique

---

<sup>150</sup> MBANZA Joachim, « En démocratie, la presse doit jouer son rôle », in *La Semaine Africaine*, n° 2863 du vendredi 30 janvier 2009, p.2.

<sup>151</sup> MBANZA Joachim, « En démocratie, la presse doit jouer son rôle », in *La Semaine Africaine*, n° 2863 du vendredi 30 janvier 2009, p.2.

autoritaire, tandis que le modèle de presse défendu par le journaliste, et que l'on pourrait qualifier de « *presse libérale* » (Balle, 1984), se réfère à un régime politique démocratique.

En fait, dans une société démocratique, la presse participe du processus de « *publicisation, politisation et polarisation* » des problèmes sociétaux, pour reprendre les termes de Jacques Gerstle (2004). Pour ce dernier auteur, la « *publicisation d'un problème c'est le processus par lequel l'unité sociale concernée reconnaît son existence en tant que problème, en tant qu'écart par rapport à une situation désirable* » (Gerstle, 2004 : 16). Il s'agit du constat de non-satisfaction des citoyens par rapport à une situation donnée et de l'expression de cette insatisfaction. Jacques Gerstle parle alors de l'inscription du malaise constaté dans « *l'agenda public du groupe par l'exercice d'opérations de communication (conversation, discussion, réunion, manifestation, etc.) par lesquelles le groupe des "entrepreneurs" originels fait connaître et admettre le caractère problématique de la situation existante* » (Gerstle, 2004 : 16). À ce stade, le rôle de la presse est de relayer ces opérations de communication, que l'on pourrait appeler ici la « *communication primaire* », afin de publiciser ce malaise ou cette insatisfaction constatée au niveau de la « *base* ». Ces opérations de « *communication primaire* » pouvaient traditionnellement avoir lieu dans les rues, les bars, les cafés, les marchés, les lieux de travail, le jardin, le domicile, etc. Ces lieux de « *communication primaire* » pourraient être considérés ici comme autant d'« *espaces publics partiels* » (Miège, 2010), où se discutent les problèmes vitaux des citoyens. Et dans le cadre de l'émergence des NPCI, cette « *communication primaire* » s'observe également à travers les blogs, les forums de discussions, les sites web, les réseaux socio-numériques, etc.

En ramassant ces « *ragots dans les rues* » et en les traduisant dans ses propres cadres médiatiques, la presse participe ainsi de la formulation/reformulation des préoccupations sociétales et de leur exposition sur la scène publique. L'apparition des préoccupations des citoyens sur la scène publique est une invitation adressée aux acteurs de l'action politique pour qu'ils s'en saisissent et y apportent des solutions. C'est ce que Jacques Gerstle appelle « *le processus de politisation* », politiser une situation renvoyant au fait de « *faire admettre que le règlement du problème revient à une autorité publique quelle qu'elle soit* » (Gerstle, 2004 : 16). Et la presse est présente dans ce processus de reconnaissance de la responsabilité publique du traitement de la situation « *primairement* » énoncée comme « *ragots dans les rues* ». Elle est aussi présente dans la sphère publique où s'inscrit et se discute la situation problématique, une fois que celle-ci est *politisée*, c'est-à-dire inscrite dans l'animation du

débat sur les différentes approches de solutions envisagées par les différents acteurs de l'action politique. La divergence dans les approches de solutions aux problèmes soulevés par la « base » est ce que Jacques Gerstle appelle la « *polarisation* », c'est-à-dire la confrontation de différents projets politiques prétendant « *porter le règlement adapté à la situation problématique* » (Gerstle, 2004 : 16). C'est ici que se joue le jeu démocratique dans lequel les différents acteurs politiques, aux idéologies et stratégies d'actions différentes, voire opposées, s'affrontent et rivalisent de propositions pour résoudre la situation problématique. Et la presse y joue également un rôle, en faisant le compte rendu à la base autant sur des propositions que des actions réalisées – mais aussi non réalisées – par les différents acteurs ou responsables politiques concernés par la situation.

Bref, dans une société démocratique, c'est en tant que partie prenante dans le processus de « *publicisation-politisation-polarisation* » des préoccupations sociétales que la presse peut jouer son rôle de « *courroie de transmission entre la base et le sommet, et vice-versa* ». En effet, la formulation/reformulation des problèmes politiques n'est pas exclusive à un groupe d'acteurs politiques, dans la mesure où toute situation, quelle qu'elle soit, est susceptible de devenir politique, dès lors qu'elle est portée sur la scène publique et que sa résolution par une autorité publique est reconnue. Ainsi, « *la politique ne se définit pas par un ensemble de secteurs ou de problèmes définitivement isolables dans la société puisque n'importe quelle question dans la société peut devenir politique à un moment donné* » (Gerstle, 2004 : 16). Des ruptures répétées dans la fourniture d'électricité ou d'eau, des nuisances sonores dans un quartier résidentiel ou populaire, des vols à main armée, le manque de tables-bancs dans une école, l'insalubrité dans une ville, les dégâts causés par une catastrophe naturelle ou par une action humaine... peuvent se transformer en autant de problèmes politiques, si les gens qui les vivent en discutent entre eux, organisent des opérations de communication pour sensibiliser les pouvoirs publics, et si ces derniers s'en saisissent et se proposent de les résoudre (Neveu, 1999). Et la presse trouve sa légitimité sociale en jouant ce rôle d'accompagnement de tout ce processus de formulation/reformulation de l'expression des préoccupations sociétales et de leur agitation sur la scène publique, en vue d'attirer l'attention des autorités publiques, sans oublier le retour vers les citoyens pour leur exposer les solutions ou (non-solutions) préconisées. Car « *communiquer, c'est mettre en relation, et la cité est le lieu par excellence de la réunion des hommes* » (Gerstle, 2004 : 2-3). Dès lors, la presse joue un rôle d'établissement et de maintien de ce lien social entre les différentes composantes de la cité.

Ce rôle d'établissement et de maintien du lien social fait que l'information de presse soit porteuse d'une double expression, celle des citoyens ordinaires et celle des gouvernants. Il s'agit en effet, dans l'acte de communication réalisé par les professionnels de la presse, de mettre en relation la « *base* » et « *le sommet* » de la cité, à travers le partage des préoccupations des uns et des propositions/actions des autres. Car dans une démocratie représentative – comme celle en cours d'expérimentation dans la société congolaise –, où « *le peuple exerce indirectement le pouvoir par l'intermédiaire de représentants élus* », le risque de déconnexion sociale entre la « *base* » et le « *sommet* » n'est pas à exclure : « *À une souveraineté nationale, peut se substituer une souveraineté parlementaire [et/ou présidentielle] où les représentants ne représentent plus qu'eux-mêmes* » (Capul, Garnier, 2005 : 130). C'est pour réduire ce risque que la presse se présenterait en « *médiateur* » des interactions entre la « *base* » et le « *sommet* ». Le fait d'inviter les professionnels de la presse à centrer exclusivement leur « *curiosité* » sur l'action gouvernementale est donc révélateur de cette tendance à l'imposition d'une pensée unique, celle de la *tribu politique* au pouvoir. Ce qui constitue un déni de démocratie se traduisant, au niveau de la relation « *presse-publics* », par ce que nous appelons ici la *fracture communicationnelle*. Autant dire que la nostalgie de « *l'ère de la pensée unique où les chevaliers de la plume et du micro étaient confinés dans le rôle de "griots du pouvoir"* »<sup>152</sup> est encore bien prégnante dans les rapports de force entre les deux champs politique et médiatique à l'heure actuelle.

### 6.2.2. Un rejet lié à la cacophonie discursive générée par le *participatif*

La tendance à la monopolisation de la relation « *presse-publics* » par les acteurs de la *tribu politique* au pouvoir influe fortement sur l'appropriation professionnelle des dispositifs socio-numériques d'interactivité. Ces dispositifs sont en effet porteurs d'un « *contrat de conversation* » (Granier, 2011) s'appuyant sur « *une idéologie, une vision des rapports humains et sociaux, en affinité avec les mythes fondateurs d'Internet tels que l'horizontalité, la réciprocité, la liberté* » (Pynson, 2011 : 64). L'*horizontalité* de la relation est bel et bien une caractéristique des interactions sociales promues dans le mythe de la « *société de l'information* » ; elle s'appuie sur le type de relation ayant caractérisé « *les pionniers de l'internet qui se considéraient comme "une communauté d'égaux où le statut de chacun*

---

<sup>152</sup> MBANZA Joachim, « En démocratie, la presse doit jouer son rôle », in *La Semaine Africaine*, n° 2863 du vendredi 30 janvier 2009, p.2.



*repose sur le mérite évalué par les pairs" » (Granjon, 2001 : 11). Dès lors, la mise en œuvre d'une *horizontalité* de la relation dans les interactions sociales induit une remise en cause du mode de fonctionnement traditionnel de la société, ce mode de fonctionnement étant plutôt fondé sur la *verticalité* de la relation, qu'implique la hiérarchisation des statuts et des fonctions occupés par les uns et les autres dans les différentes organisations sociales. Et c'est sous ce mode d'organisation sociétale – celui fondé sur la *verticalité* de la relation dans les interactions sociales – que s'inscrit le fonctionnement traditionnel de la presse.*

Aussi la relation « *presse-publics* » était-elle une relation *verticale*, voire surplombante, les professionnels de la presse se présentant comme des experts (pédagogues) d'un savoir à transmettre à un public supposé être en situation d'apprentissage : « *Etre journaliste, c'est être le "médiateur" qui rend visible la vie sociale, le "pédagogue" et "l'ordonnateur" qui mettent de la clarté dans le chaos des événements* » (Neveu, 2004 : 19). L'affirmation de cette posture journalistique se justifierait par la prétention du professionnel de l'information de presse à se faire passer « *pour quelqu'un qui possède un certain savoir* », qu'il aurait l'obligation de transmettre, « *à l'aide d'un certain langage, à quelqu'un d'autre qui est censé ne pas posséder ce savoir* » (Charaudeau, 1997 : 30). L'une des conséquences de cette posture consiste en « *une confusion parfaite du discours scientifique et du discours d'information médiatique sur la science, stade idéal de la fusion entre le producteur de connaissances scientifiques et l'agent d'altération porteur dans les médias de l'énoncé discursif savant* » (Cabedoche, 2004 : 41). Bref, cette posture place les professionnels de l'information de presse dans une position *dominante hégémonique*, renvoyant à la supposée omnipotence des médias.

Mais la supposée position *dominante hégémonique* de la presse se trouve aujourd'hui contestée par l'adoption des positions *négociée* et *oppositionnelle*, qui caractérisent aussi les publics dans leur statut de récepteurs des messages médiatiques. Ce sont ces trois différentes postures de réception qui accompagnent généralement l'appropriation publique des dispositifs socio-numériques d'interactivité, mis en œuvre par certains organes de presse. En effet, saisissant ces opportunités technologiques offertes par Internet, les publics vont eux-mêmes réagir à l'information diffusée par les organes de presse, en se plaçant indifféremment soit dans une position *dominante hégémonique*, soit dans une *position négociée*, soit dans une *position oppositionnelle*. C'est ce que révèle, par exemple, l'étude réalisée par Laura Pynson (2011). Dans sa typologie des participants aux forums placés sur les sites Internet de certains

journaux français, Laura Pynson évoque quatre différents types de profils d'internautes réagissant par rapport à l'information publiée par le journal : du « *correcteur* » (qui veut rétablir la « *vérité* ») au « *provocateur* » (qui veut produire de la réaction et de l'action), en passant par l'« *éditorialiste* » (qui veut exprimer son opinion et son sentiment) et le « *commentateur* » (qui veut approfondir la réflexion) (Pynson, 2011). Ces profils d'internautes renvoient à des positionnements concurrentiels vis-à-vis des professionnels de la presse, chacun adoptant un registre et un ton particuliers par rapport à l'information diffusée par le journal. Ce qui conduit à une polyphonie énonciative, voire une cacophonie discursive au sein d'un même journal et dont le risque est de brouiller la ligne éditoriale du titre de presse. D'où le souci de contrôle, c'est-à-dire d'un encadrement de la liberté d'expression par le journal lui-même, « *pour éviter une perturbation qui pourrait s'avérer gênante pour l'éditeur comme pour les usagers* » (Pynson, 2011 : 63). Mais pour les organes de presse des pays occidentaux, « *la question ne se pose plus de savoir s'il faut ou non ouvrir l'espace rédactionnel aux internautes, mais bien plutôt comment utiliser et canaliser ces productions disparates* » (Aubert, 2011b : 42). Cette dernière préoccupation participe du mode de gestion de toute entreprise, ce mode de gestion reposant effectivement sur le « *souci d'uniformiser l'image externe de l'organisation sur tous les supports* » (Rouquette, 2009 : 7). Il s'agit donc de veiller à l'homogénéité du traitement de l'information au sein du titre de presse, afin de garantir la lisibilité de son *identité discursive*.

Au niveau des entreprises de presse congolaises, le souci de contrôle de la ligne éditoriale induit deux attitudes principales vis-à-vis du *participatif*. La première consiste en l'intégration des dispositifs socio-numériques d'interactivité sur les sites Internet des journaux, où ils jouent une simple fonction d'alerte sur les réactions des publics par rapport à l'information publiée. C'est le cas du journal *Le Patriote*, qui a intégré le « *commentaire* » sur son site, sans pourtant publier les réactions des internautes : « *Non, on ne les publie pas, mais en conférence de rédaction, on dit : " Voilà ce qui s'est dit, voilà ce qui s'est dit. Il y a tant de réactions pour tel article, tant de réactions pour tels articles... " Puis, nous analysons* »<sup>153</sup>, affirme un membre de l'équipe de rédaction. Ces réactions servent simplement à alimenter les débats de l'équipe de rédaction, dont elles peuvent nourrir les sujets d'analyse – l'analyse étant la spécialité de ce journal d'opinion. Dans un contexte de monopolisation de la relation « *presse-publics* » par le champ de l'action politique, qui plus est marqué par la rétention de

---

<sup>153</sup> Entretien réalisé le 19/07/2011, à Brazzaville.

l'information et le souci de valorisation de l'image individuelle et institutionnelle, les réactions des « *publics ordinaires* » ont en effet peu de chance de servir vraiment de point de départ dans la recherche de l'information pour les professionnels de la presse. La méfiance mutuelle entre journalistes (particulièrement ceux de la presse dite « *sérieuse* », que nous spécifierons plus loin) et « *publics ordinaires* » conduit généralement les premiers à ignorer les réactions des seconds.

La seconde attitude consiste dans le rejet pur et simple des dispositifs socio-numériques d'interactivité. Pour certains journaux se disant « *sérieux* », il n'est pas question d'introduire le discours des « *profanes* » dans un espace réservé à l'expression des professionnels, « *tout simplement parce que, malheureusement, les gens ne respectent pas une certaine déontologie* »<sup>154</sup>, se défend un membre de la direction de *La Semaine Africaine*, un journal qui plus est destiné à « *l'élite intellectuelle* ». La position de *La Semaine Africaine* se veut, on ne peut plus, radicale sur la question, à cause de l'aspect contestataire ou dénonciateur qui caractériserait la « *blogosphère* » congolaise. Pour la direction de ce journal, il y aurait plus du « *négatif* » que du « *positif* » dans les discours qui accompagneraient l'expression des internautes congolais : « *Il y a un côté positif, qui est le plus important. Mais il y a un peu de débordements. Mais chez nous, il n'y a que des débordements. Chez nous, il y a 80% de débordements, et 10% de positif* »<sup>155</sup>. Un observateur des sites et blogs animés par des Congolais abonde presque dans le même sens, en relevant ces « *débordements* » dans des discours, au travers desquels se distillent intolérance et insulte réciproques qui fusent dans la « *blogosphère* » congolaise : « *Pis, les internautes se balancent entre eux des épithètes excrémentielles et, très souvent, un tribalisme primaire y règne en maître : "Vous les gens du Pool..." ; "Vous les Nibolek..." ; "Vous les gens du Nord..." , etc. L'intolérance et l'insulte se sont donc érigées en profession de foi* »<sup>156</sup>. Ces « *débordements* » sont en fait illustratifs du profil général des « *producteurs d'information citoyenne* » ayant investi les « *espaces numériques* » à l'échelle planétaire, des producteurs d'information qui, selon Fabien Granjon, se réclameraient « *d'aucune des formes de légitimité prévalant traditionnellement à la prise de parole publique* » et témoigneraient « *d'une distance critique à l'égard des organisations qui réservent la parole à des personnes dûment mandatées pour s'exprimer* » (Granjon,

---

<sup>154</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

<sup>155</sup> *Id.*

<sup>156</sup> Cf. BAOUNA Bedel, « De la violence intra et extra-muro à travers les sites congolais », in *Congopage* [en ligne] : <http://www.congopage.com/De-la-violence-intra-et-extra-muro> (consulté le 30/04/2012).

2012 : 85). Pour les « *professionnels* » des médias congolais, ces discours appelleraient donc à une prudence.

Au niveau de *La Semaine Africaine*, cette prudence se traduit par l'exclusion pure et simple des dispositifs socio-numériques d'interactivité de son site Internet. Et la direction justifie cette position par la crainte de voir son journal servir d'espace de diffusion de ce discours « *d'intolérance et d'insulte* », qui est par ailleurs caractéristique des « *joutes politiques* » censées être à l'origine des affrontements armés ayant embrasé la société congolaise au cours des décennies 1990 et 2000. Cette prudence a induit pas mal de changements au sein de *La Semaine Africaine*. Même la rubrique « *Nos lecteurs écrivent* » ou « *Courrier des lecteurs* », un espace dédié aux réactions des lecteurs par rapport à l'actualité diffusée par le journal, n'existe plus aujourd'hui dans l'édition papier. La suppression de cette rubrique, qui permettait aux « *publics ordinaires* » d'avoir accès à l'espace médiatique, participe de cette logique d'« *exclusion des profanes dans le cercle sacré des politiques* », que Pierre Bourdieu avait déjà observée pour le cas de la France (Bourdieu, 2000 : 55). Ce qui contribue « *fortement au maintien de la frontière, de la censure qui tend à exclure les manières non-conformes à l'orthodoxie, à la doxa du champ politique* » (Bourdieu, 2000 : 76). Dès lors, la presse se met « *au service des tenants du pouvoir* » et cesse de jouer son rôle revendiqué en démocratie, à savoir celui de servir de « *courroie de transmission entre la base et le sommet, et vice-versa* ». Ici, on note donc une édifiante dichotomie entre la proclamation d'intention et la pratique réelle. Autrement, comment comprendre la suppression de ce dispositif de participation publique à la définition des problèmes politiques que constituait la rubrique « *Courriers des lecteurs* », alors que l'on vante l'inscription de la presse dans le processus de « *publicisation-politisation-polarisation* » des préoccupations sociétales ?

Pourtant la direction de *La Semaine Africaine* reconnaît elle-même que cette rubrique « *permettait de ramasser un peu comme en un tour de bras pas mal de choses* », et « *les décideurs [politiques] y trouvaient des idées, des faits... qui pouvaient susciter des actions* »<sup>157</sup>. Par ailleurs, on peut rappeler ici que le succès des *radios rurales* était dû à la mise en œuvre des dispositifs d'interactivité, que constituaient les « *radios-clubs et les rapports d'écoute* » et à travers lesquels les publics discutaient des contenus diffusés et faisaient remonter leurs observations aux décideurs politiques (Bemba, 2008). C'est

---

<sup>157</sup> Entretien avec un membre de la direction de *La Semaine Africaine*, réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

l'interactivité de la relation entre les décideurs politiques et les populations-cibles, *via* les « *radios-clubs et les rapports d'écoute* », qui aurait effectivement induit une appropriation publique des *radios rurales* et conduit à leur succès. Autant dire que le procès fait aux publics congolais, celui de leur supposée désaffection vis-à-vis de la presse, serait ici lié au fait que ces publics ne se retrouvent pas dans l'information qui leur est servie. L'autre preuve que les publics congolais peuvent s'intéresser à la presse, pour peu qu'ils y trouvent leur compte, c'est le succès rapporté dans la décennie 1990 par la « *nouvelle* » presse congolaise, née de la mouvance de la *Conférence nationale souveraine* de 1991 et qui avait bâti sa ligne éditoriale sur la publicisation des « *ragots de la rue* » : « *L'enjeu était de donner au public les moyens de forger son opinion sur les hommes politiques et la vie nationale. Les ministres craignaient d'être mis à l'index, et toute la classe politique se mettait à genoux devant les journaux et ceux qui les animaient* »<sup>158</sup>. Il s'agit là d'une nouvelle posture journalistique qui va bousculer les pratiques « *traditionnelles* » et inspirer une toute autre logique d'appropriation des TIC dans la presse congolaise.

#### **6.2.2.1. Une prudence révélatrice d'un traumatisme psychosocial latent**

La posture prudentielle vis-à-vis du *participatif* semble également révélatrice d'un profond traumatisme psychosocial, lié aux rapports tumultueux entre les deux champs politique et médiatique ayant accompagné l'évolution de la société congolaise. Le journal *La Semaine Africaine* se présente d'ailleurs comme l'incarnation parfaite de cette histoire d'affrontements entre les deux champs sociaux. En effet, cette entreprise de presse porte en elle les stigmates de l'autoritarisme et de la brutalité du monopartisme à l'égard de la presse, notamment avec la torture et les emprisonnements dont ont été victimes ses anciens directeurs, tels que l'Abbé Louis Badila. Ce dernier, prêtre et journaliste de son état, s'illustra par des prises de position frontales à l'égard des idéologues communistes du régime du président Alphonse Massamba-Débat et par la dénonciation des exactions commises par les milices officielles de ce régime, à savoir la *Défense Civile* et la JMNR (Jeunesse du Mouvement national de la révolution, le parti-État), dans les années 1963-1968. Ce qui lui valut la prison et les tortures à plusieurs reprises<sup>159</sup>.

---

<sup>158</sup> Cf. MFUMU, « La responsabilité sociétale des hommes des médias », in *La Semaine Africaine*, n° 3189 du vendredi 4 mai 2012, p.6.

<sup>159</sup> Cf. *Société des historiens du Congo Brazzaville* [en ligne] : <http://historiensducongo.unblog.fr/biographies/> (consulté le 02/05/2012).

Ce traumatisant arrière-fond historique, encore présent dans la mémoire collective de l'entreprise, peut donc justifier le positionnement éditorial actuel de *La Semaine Africaine*, d'autant plus que le cadre sociopolitique actuel n'exclut pas – dans les faits – la mise en œuvre d'une conflictualité quasiment à la « *monopartite* » entre les acteurs du champ politique et ceux du champ médiatique, comme en témoignent les propos de son directeur de publication : « *En novembre 1993, alors que la guerre civile venait d'éclater à Brazzaville entre les partisans de Bernard Kolelas, leader de l'opposition allié à Denis Sassou Nguesso, et l'armée de Pascal Lissouba, alors président de la République, un article contre l'armée me valut l'hostilité de certains officiers* » (Mbanza, 2003 : 69). En d'autres termes, « *le cadre sociopolitique marqué à la fois par des luttes politiques, se transformant par moments en affrontements armés, et par des discours politiques d'apaisement* » (Minkala-Ntadi, 2012 : 113) a induit l'adoption d'un registre prudentiel dans le traitement de l'information au niveau de cette entreprise de presse. Ce registre consiste ici dans l'*autocensure*, c'est-à-dire le refus volontaire de toute prise de position critique vis-à-vis des acteurs du champ politique ; il s'agit d'éviter la publicisation des discours susceptibles de déranger les protagonistes de l'action politique. L'*autocensure* exercée à ce niveau peut se comprendre comme un « *mécanisme psychologique de contrôle, analogue au refoulement* » (Martin, 2006 : 335), qui empêche que certains discours n'accèdent à la *publicité* (Habermas, 1978) parce qu'ils menaceraient la survie même de l'entreprise et de ses agents, à cause de leur contraste avec la morale de la *tribu politique* dominante. Certains journalistes évoluant dans cette entreprise sont bien conscients de ce nouveau tournant éditorial, comme en témoignent ces propos que nous avons recueillis auprès d'un responsable de rubrique : « *La Semaine Africaine a fait aussi un certain virage, parce que c'est [sic] plus La Semaine Africaine d'hier. Aujourd'hui, beaucoup de gens nous reprochent que c'est le tout politique. C'est parce que la rubrique "Courrier des lecteurs" n'existe plus sinon on aurait pu faire ce constat* »<sup>160</sup>. Autant dire que les logiques sociales de la communication mises en œuvre dans les entreprises de presse congolaises sont bien fonction du cadre sociopolitique dans lequel elles évoluent.

Il s'agit là d'ailleurs d'un aspect lié à la caractéristique même des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC), qui sont ancrées dans un cadre sociopolitique où « *elles concourent à la vie politique, à la construction des territoires et des identités* » (Bouquillion, Combès, 2007 : 13). Ainsi, suivant l'évolution sociopolitique, chaque société

---

<sup>160</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

crée ses propres logiques sociales de la communication, qui sont effectivement liées à cet aspect d'ancrage sociopolitique des ICIC (dont font partie les entreprises de presse), et ce malgré d'éventuelles « *injonctions technologiques* » venant d'ailleurs, ces dernières étant elles-mêmes porteuses de valeurs sociopolitiques propres aux sociétés où elles sont produites. Le cadre sociopolitique congolais actuel ne serait donc favorable, ni à des *stratégies de capitalisation* des NPCI, ni à une pratique journalistique fondée sur l'investigation. À propos du journalisme d'investigation (que nous définirons plus loin), par exemple, il nous a été révélé au cours de notre enquête le risque que pourraient bien encourir ceux qui le pratiqueraient au Congo, compte tenu des contraintes sociopolitiques locales. Un journaliste congolais ayant participé à une session de formation sur le journalisme d'investigation, animée par un journaliste américain travaillant pour un journal français, nous a confié la dernière consigne reçue du formateur à la fin de la session : « *Ce que je viens de vous apprendre n'est pas applicable au Congo en particulier, et en Afrique en général. Donc, si vous voulez vivre longtemps, choisissez [...]* »<sup>161</sup>. La survie, dont il est question ici, peut être d'ordre physique ou socioprofessionnel, tant que les risques encourus peuvent concerner l'atteinte à l'intégrité physique du journaliste lui-même, ou la destruction de son outil de travail (l'entreprise où il évolue). Des cas d'atteinte à l'intégrité physique de journalistes et de destruction de l'outil de travail nous ont d'ailleurs été confirmés, même si, juridiquement, on ne parle plus d'emprisonnement de journalistes. C'est ce que révèlent, par exemple, ces propos d'un directeur de publication, affirmant avoir été atteint, au niveau tant de son intégrité physique que de son outil de travail:

Après la guerre de 97, en 98, j'avais un bâtiment de trois niveaux [...], avec des ordinateurs. Ils sont venus la nuit, les Cobras [une milice privée d'un parti politique]... C'était le 04 septembre 1998, trois mois avant la guerre du 18 décembre 1998. Donc, ils ont pris tout mon matériel, ils sont partis avec jusqu'à aujourd'hui [...]. En 2003, je suis tombé malade, jusqu'à aujourd'hui [...]. Je ne peux pas te parler plus correctement pour la simple raison que j'ai eu un AVC (Accident vasculo-cérébral) ; on dit ça, mais moi-même, je sais que ce n'est pas un AVC. Simplement parce que nous étions sept à faire [le journal], dont cinq sont aujourd'hui sous terre ; nous sommes restés deux...<sup>162</sup>

Autant dire que, dans les faits, le risque serait bien réel, surtout lorsqu'un journaliste et/ou une entreprise de presse se situent dans une posture oppositionnelle ou dénonciatrice, vis-à-vis de

---

<sup>161</sup> Entretien réalisé le 11/08/2011, à Brazzaville.

<sup>162</sup> Entretien réalisé le 19/08/2011, à Brazzaville.

l'action de la *tribu politique* au pouvoir. Ce qui est mis en relief ici, et qui conditionnerait les pratiques des professionnels de la presse, ce sont les contraintes liées à l'atmosphère idéologique, c'est-à-dire au cadre sociopolitique, et ce indépendamment des intentions propagandistes de tel ou tel journaliste (Miège, 1986). C'est donc dans cette atmosphère idéologique, faite d'« *injonctions politiques* » à l'encontre des acteurs médiatiques, que se réalise l'appropriation professionnelle des TIC au niveau des entreprises de presse congolaises.

#### **6.2.2.2. Une méfiance vis-à-vis de la « nouvelle » critique sociale**

L'appropriation professionnelle des dispositifs socio-numériques d'interactivité est donc fondée ici sur la *dépendance politique* des entreprises de presse. La *dépendance politique* implique en effet le souci de soigner l'*image* des membres de la *tribu politique* au pouvoir, dont les discours ne devraient souffrir d'aucune contestation ou dénonciation. Dans cette perspective, le « *sérieux* » d'un titre est fonction de sa déférence vis-à-vis des membres de la *tribu politique* au pouvoir. Ce qui signifie qu'il faut éviter des expressions contestataires, vis-à-vis de l'action ou des discours des membres de la *tribu politique* au pouvoir. Ce rejet est d'autant plus justifié que l'on assiste actuellement à une explosion de blogs, forums et sites web, animés par certains Congolais de la diaspora ; il s'agit particulièrement des opposants au régime politique en place, qui ont du mal à faire passer leurs opinions par la presse locale et s'expriment à travers les NPCI. C'est un phénomène que l'on pouvait déjà observer depuis les années 2000, qui « *voient le tsunami des sites d'opinions* »<sup>163</sup> au niveau des citoyens congolais. On peut citer ici *congopage.com*, *mwindi.org*, *kimpwanza.org*, *zenga-mambu.com*, *congoinfos.com*, *congo-liberty.com*, etc., parmi ceux qui se caractérisent par cette posture oppositionnelle vis-à-vis des institutions établies. Et le profil-type du commentateur de l'information que l'on retrouve dans certains sites, blogs ou portails congolais qui ont pu se permettre la mise en œuvre de ces dispositifs d'interactivité, c'est celui que l'on pourrait appeler de *protestataire* ou de *prophète*, c'est-à-dire le dénonciateur des travers de la réalité sociale, principalement de l'action des gouvernants. Ce sont en effet des discours de dénonciation qui prédominent dans les différents commentaires, lorsqu'il s'agit de réagir à l'actualité congolaise.

---

<sup>163</sup> Cf. BAOUNA Bedel, « De la violence intra et extra-muro à travers les sites congolais », in *Congopage* [en ligne] : <http://www.congopage.com/De-la-violence-intra-et-extra-muro> (consulté le 30/04/2012).



On peut, par exemple, lire sur le portail *www.congo-site.com* ces commentaires d'internautes réagissant à un article relatif à la célébration du 53<sup>ème</sup> anniversaire de la proclamation de la République du Congo : « *53 ans de malheur; pauvreté; d'injustice; de népotisme; de tribalisme; d'assassinats non résolus; de mauvaise gestion ; de corruption exacerbée ; de kleptocratie et de pouvoir autocratique !!!!!!!!!!!!!!!* Espérons [sic] que les 53 prochaines années soient plus glorieuses et prospères [sic]!!!!!!!!!!!!!! », ou encore : « *Bêh, des fêtes à n'en point finir, pour quoi faire? A la maison, j'ai faim, y'a pas travail. A l'école, j'ai fini, j'ai un diplôme de troisième cycle, il est au chômage. Pas d'entreprises, mais des réalisations fastidieuses à coup de milliards. Le congo, le congo [sic]... n'importe quoi !* »<sup>164</sup>. On est là en présence des discours relevant de ce que Fabien Granjon appelle, dans le contexte français, la *critique sociale*, qui consiste en la remise en cause de la « *croyance en la légitimité de la domination rationnelle légale de l'État* » (Granjon, 2001 : 9). D'après cet auteur, ces discours se rattachent à des « *organisations de la "nouvelle" critique sociale* », dont l'existence serait fondée sur « *la volonté de réclamer réparation de ce qu'elles considèrent être une injustice (dénonciation) et revendiquent des politiques différenciées de l'intérêt général* » (Granjon, 2001 : 23). À travers ces discours de dénonciation, c'est la légitimité même de l'action du gouvernement qui est ici remise en cause. C'est en effet l'horizon d'un rejet (total ou partiel) de la légitimité de la politique gouvernementale qui se profile au travers de ces discours de dénonciation, trouvant leur fondement dans les mouvements de protestation des « *dominés* » contre l'autorité des « *dominants* ».

Ces mouvements de protestation ont été théorisés par de nombreux auteurs, parmi lesquels James Scoot, qui apparaît comme le théoricien le plus systématique dans ce domaine (Neveu, 2005). En effet, dans ses travaux, particulièrement dans son livre *Domination and the arts of resistance : hidden transcripts*, James Scoot (1990) évoque les formes de discours caractérisant les peuples dominés dans leur rapport avec leurs dirigeants. Présentant la problématique développée dans cet ouvrage de James Scoot, Birgit Müller parle d'un « *discours critique et subversif des dominés et opprimés qui est généralement soigneusement caché au regard et à l'écoute des dominants* » (Müller, 1992) ; il s'agit d'un discours qui, selon Érik Neveu (2005), est fait de « *récits cachés (hidden transcripts), commérage ou dérision, personnages symboles [...], propos séditieux, interprétation sélective des discours officiels* », au travers duquel « *les dominés présentent un for intérieur de résistance* »,

---

<sup>164</sup> Cf. *Congo-Site* [en ligne] : [http://www.congo-site.com/53eme-anniversaire-de-la-proclamation-de-la-Republique-du-Congo\\_a11128.html](http://www.congo-site.com/53eme-anniversaire-de-la-proclamation-de-la-Republique-du-Congo_a11128.html) (consulté le 25/04/2012).

constituant ainsi le « *terreau culturel d'actes de résistance microscopiques, et le préalable à des mobilisations collectives quand les circonstances le permettent* » (Neveu, 2005 : 32). Ce discours trouve dans les dispositifs socio-numériques d'interactivité et autres réseaux socio-numériques un moyen de sa publicité, au sens habermassien du terme (Habermas, 1978), l'espace médiatique traditionnel leur étant hermétiquement fermé.

Ce type de discours ne peut donc honorer les acteurs du champ de l'action politique, notamment ceux de la *tribu politique* au pouvoir, dont le discours s'inscrit plutôt dans la « *valorisation* » et la « *promotion* », aussi bien de l'action que du personnage qui l'accomplit. Aussi les journaux s'inscrivant dans cette dernière logique rejettent-ils les dispositifs d'interactivité, qui risquent de brouiller leur ligne éditoriale et les mettre ainsi en bisbille avec ceux-là même qui pourvoient à leur survie socio-économique : « *Maintenant, en tant que journaliste, travaillant dans un organe de presse qui se dit sérieux, il faut quand même se méfier de se retrouver un jour à l'autre devant les tribunaux* »<sup>165</sup>, soutient un responsable de l'équipe de rédaction du journal *Les Dépêches de Brazzaville*. On retrouve là cette posture de prudence, qui caractérise ces journaux congolais dits « *sérieux* » dans l'appropriation des TIC. À l'autocensure des contenus, viendrait donc s'ajouter une autocensure des « *dispositifs numériques* ». Dans ces diverses acceptions à travers l'histoire, la *censure* recouvre en effet « *tantôt des fonctions et des dispositifs institutionnels, tantôt des actions et les produits d'une activité intellectuelle, administrative, politique, etc., tantôt des mécanismes psychologiques* » (Martin, 2006 : 335). Ici, l'autocensure concerne donc à la fois les produits de l'activité intellectuelle (le contenu médiatique) et les dispositifs techniques ou numériques. C'est dire que « *l'appropriation d'un dispositif technique dépend d'abord "des significations d'usage projetées et construites par les usagers sur le dispositif technique qui leur est présenté"* » (Granjon, 2001 : 11). Ce qui renvoie à un usage sélectif des potentialités des TIC, particulièrement d'Internet, un usage qui répond aux besoins de chaque entreprise de presse selon sa propre ligne éditoriale.

---

<sup>165</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011.

### 6.3. Un usage sélectif des potentialités d'Internet : le cas de *La Semaine Africaine*

L'aspect d'usage sélectif des potentialités d'Internet transparait à l'observation de quelques sites Internet des journaux congolais. Nous nous servons ici du cas de *La Semaine Africaine* pour illustrer cet aspect. Le choix de ce journal se justifie par le fait de son ancienneté et du prestige dont il jouit, tant du côté des « *pairs* » que des « *publics sources* » officiels. Son ancienneté nous permet effectivement de voir comment un journal de la « *vieille* » époque, avec ses vieux reflexes d'autocensure, réalise son intégration dans la « *nouvelle ère* » du « *tout numérique* » promue dans l'idéologie de la « *société de l'information* ». Plus haut, nous avons en effet relevé que le site Internet de *La Semaine Africaine* se présentait comme une simple vitrine de l'édition papier : l'information n'y est pas régulièrement mise à jour, elle suit plutôt la périodicité de l'édition papier ; on n'y trouve pas d'autres informations que les articles contenus dans l'édition papier en cours, avec un traitement uniquement centré sur le texte et l'image fixe. Par ailleurs, les dispositifs socio-numériques d'interactivité, tels que le forum, le chat ou le commentaire, n'y sont pas intégrés, en dehors d'un simple lien permettant de contacter la rédaction du journal par mail. L'information suit donc le rythme de parution de l'édition papier. C'est dire qu'il n'y a aucune veille informationnelle, renvoyant ainsi à une absence de flux informationnel. Or, des analyses sur la presse en ligne relèvent généralement le fait que ce type de presse est essentiellement marqué par une offre informationnelle caractérisée par un flux informationnel perpétuellement mis à jour, avec un traitement multimédiatique associant texte, image (fixe/animée), son, vidéo, etc., le tout exposé sur des interfaces interactives. L'immédiateté, les récits multimédias, la virtualité des sources, c'est-à-dire le « *déplacement du terrain physique en une forme de terrain virtuel* », et le *participatif* sont les traits dominants de l'information médiatique à « *l'ère numérique* » (Charon, 2011 : 20). Toutes ces caractéristiques sont absentes du site Internet de *La Semaine Africaine*.

Pour essayer de comprendre cette logique de fonctionnement, nous abordons *La Semaine Africaine* dans le cadre de la théorie des *industries culturelles*. L'objectif de cette démarche étant de comprendre la logique de fonctionnement mobilisée au niveau du site Internet de *La Semaine Africaine*, la perspective des *industries culturelles* s'avère pertinente ici, dans la mesure où cette « *approche a l'avantage d'analyser les stratégies des acteurs* » (Bouquillion, 2008 : 10). En effet, au-delà de leur aspect purement technique, tous les sites Internet sont toujours traversés par des logiques (sociales, esthétiques, ergonomiques, économiques,

normatives, publicitaires, cognitives, professionnelles), d'autant plus qu'ils « *répondent à des demandes sociales, culturelles, économiques, d'expression personnelle, de partage de savoirs collectifs, de diffusion d'informations significatives* » (Rouquette, 2009 : 6). À quelle(s) stratégie(s) socioprofessionnelle(s) et/ou économique(s) renvoie le mode de fonctionnement du site Internet de *La Semaine Africaine* ? Il s'agit ici de considérer ce journal comme une entreprise (une industrie informationnelle). Comme telle, *La Semaine Africaine* produit de l'information qu'elle diffuse sous un modèle éditorial, à la fois sur du support papier et sur du support numérique. Si la version papier est à la fois vendue par abonnement et au numéro, la version numérique, quant à elle, est gratuitement diffusée sur Internet. Est-ce pour satisfaire un lectorat « *accroc* » à Internet et sans moyen de se payer un journal papier ? Dans ce cas, quel bénéfice en tirerait l'entreprise dont l'objectif est de réaliser du profit ? D'où proviendrait le financement de cette version numérique ? Les recettes réalisées au niveau de la version papier suffiraient-elles pour financer les deux formats ?

Pour répondre à cette série de questions, nous recourons donc à une démarche qualitative, en mobilisant notamment des données secondaires que nous avons pu recueillir sur le Web. Il s'agit des propos du directeur de publication de ce journal, évoquant les raisons qui ont présidé à la création du site Internet de son entreprise de presse. À la question : « *On peut penser que vous avez toujours un journal de la vieille époque. Par exemple, pourquoi n'avez-vous pas de site web ?* », le directeur de publication répond :

Il se pose un problème d'investissement. Nous avons commencé un partenariat, il y a deux mois, avec un groupe basé aux États-Unis qui reprend nos articles et les met dans son site (<http://www.allafrica.com>). Nous sommes néanmoins à la recherche de partenaires qui puissent nous aider à créer notre propre site. Ce qui nous rendrait beaucoup de service, car la diffusion classique nous pose pas mal de problèmes. Il y a des abonnés qui se plaignent du journal qui leur arrive en retard. Parfois même des numéros disparaissent et n'arrivent pas à destination. Nous ne pouvons pas continuer à travailler de cette façon<sup>166</sup>.

Ces propos révèlent que la création du site Internet de *La Semaine Africaine* répond à un souci de satisfaction à donner aux abonnés de la version papier. Il s'agit de satisfaire les abonnés par une livraison plus rapide et plus sûre du journal. On sait que la livraison pour les abonnés, qui sont loin de Brazzaville (son lieu de diffusion), se faisait d'abord par le biais de la poste,

---

<sup>166</sup> Cf. MBANZA Joachim, « Nous sommes un concentré de l'histoire du Congo », in *Institut Panos Paris / COTA* [en ligne] : <http://www.panos-ao.org/spip.php?article2638> (consulté le 26/04/2012).

avant de signer des partenariats avec des sociétés de messagerie express, telles que *GX International*. Or, ce mode de livraison n'est pas sans risques, notamment avec le retard dans la livraison, voire la disparition des exemplaires qui n'arrivent jamais à destination. On voit donc qu'il s'agissait d'un même lectorat, abonné à la version papier et qui pouvait également recevoir son journal sur Internet sous un format numérique. Ce qui fait d'Internet un simple dispositif technique de messagerie pour acheminer le journal. C'est l'aspect d'Internet comme canal de transmission de données numériques qui est mis en valeur ici. Ce qui préoccupe ce journal, c'est plutôt le mode de distribution que le mode d'écriture de son contenu. Les fonctionnalités d'Internet à extraire pour des usages porteurs pour l'entreprise (Joannès, 2007) sont donc celles liées à la distribution. Dans cette perspective, l'usage d'Internet par ce journal vient en quelque sorte booster une stratégie professionnelle qui couvait déjà au sein de l'entreprise, à savoir la rationalisation de la distribution pour une meilleure efficacité du service des ventes. De quoi rappeler ici la pertinence de la notion d'*ancrage social des techniques* (Miège, 2007), dans la mesure où l'usage d'Internet vient renforcer (et non pas créer) une logique économique déjà en cours au sein de l'entreprise, celle de la rationalisation de la distribution de ses produits.

De ce fait, l'usage d'Internet devient un facteur de réduction des risques dans la distribution du journal. Il s'agit de rationaliser la distribution pour réduire les risques, ces derniers s'exprimant en termes de retard dans la distribution et de perte d'exemplaires. Ces deux risques mettent effectivement en danger la vie économique du journal en tant qu'entreprise, car ils influent sur la valeur d'échange du bien marchand qu'il produit, c'est-à-dire l'information de presse. Celle-ci est en effet une denrée bien périssable, sa durée de vie étant très courte : « *ce qui distingue "ce bien" des produits industriels de consommation, c'est sa très grande obsolescence liée à son caractère éphémère le rapprochant des produits périssables dont le marché a pu se développer grâce à l'organisation d'un réseau de distribution efficace* » (Mathien, 2003 : 42). Le retard dans la distribution du journal conduit ainsi à la détérioration de la valeur d'usage du produit, avant même sa consommation par le lecteur. Ce qui peut faire perdre de l'audience au journal, et donc provoquer une faillite de l'entreprise. D'où la nécessité de la mise en place d'un mode de distribution qui soit efficace, pour éviter ce risque. L'accès au réseau Internet par la création d'un site Internet participerait donc de ce souci d'efficacité, pouvant être résolu par la rationalisation de la distribution. Et l'on sait déjà que l'efficacité contribue à la rentabilité d'une entreprise.

Ainsi, pour *La Semaine Africaine*, comme pour bien d'autres organes de presse, les « réseaux informatiques et les techniques de compression (ou paquets) font que le développement des usages s'accompagne d'une diminution des coûts techniques pour la diffusion, coûts essentiellement dus à la distance » (Mathien, 2003 : 14). Cette appropriation d'Internet relève donc d'une stricte stratégie entrepreneuriale. Dans ce cas d'espèce, on peut dire que c'est le « choix rationnel des acteurs qui explique la "diffusion" d'une innovation technique » (Miège, 1997 : 146). On peut en effet parler d'une rationalité dans le choix de l'usage d'Internet observé à ce niveau, dans la mesure où cet usage répond à un intérêt particulier de l'entreprise, celui de la rationalisation de la distribution. Autrement dit, c'est parce que ce dispositif technique pouvait bien répondre à un besoin particulier de l'entreprise que ses acteurs en ont extrait un usage approprié. La preuve, c'est que d'autres usages (commentaire, chat, etc.) supposés nuire à l'entreprise ont été systématiquement écartés.

La rationalité dans l'appropriation d'Internet par *La Semaine Africaine* se renforce par le fait que, pour un journal, il est certainement plus facile et moins coûteux de se servir d'Internet comme moyen de diffusion, que comme mode d'écriture de l'actualité. Car la construction d'une information multimédiatique implique une mobilisation conséquente de ressources techniques, humaines et financières. Pour une entreprise de presse, il faut en effet se doter d'équipements technologiques et d'un personnel bien qualifié en la matière, pour pouvoir réaliser et diffuser une information multimédiatique. Or, l'acquisition de ces équipements et la formation du personnel ont un coût financier. Et lorsque l'on s'inscrit dans une logique de rentabilité – ce qui est une logique inhérente à toute entreprise –, on ne peut que s'orienter vers des usages susceptibles de minimiser les coûts, afin de maximiser les profits. D'où l'orientation de *La Semaine Africaine* vers cet usage, qui participe bien de la réduction des coûts et des risques dans la distribution. Le coût de la distribution est finalement partagé entre l'entreprise et le lecteur, puisque ce coût équivaut ici aux frais de la mise en ligne du fichier PDF (supporté par l'entreprise) et ceux de la connexion Internet pour la consultation du fichier (supporté par le lecteur). Dans cette transaction, c'est en réalité l'entreprise qui sort gagnante, puisque le lecteur est rassuré de recevoir son journal dans le temps et en toute sécurité ; ce qui peut créer un climat de confiance entre le lecteur et le journal, même si le premier est subtilement pénalisé, du fait qu'il est amené à supporter à la fois les frais de poste et le coût de la connexion Internet. Et ce climat de confiance est indispensable dans la fidélisation des lecteurs. Internet, en tant que canal de transmission rapide des données numériques, y aura alors contribué.

### 6.3.1. Un usage illustratif d'un rejet de déterminisme technologique

L'exemple du site Internet de *La Semaine Africaine* constitue bien une remise en cause du *déterminisme technologique* qui, à travers l'expression même de « *révolution numérique* » le caractérisant généralement, « *suggère que l'ensemble des transformations économiques, culturelles mais aussi sociales et politiques* » seraient suscitées par « *l'essor des technologies numériques d'information et de communication* » (Bouquillion, 2008 : 9). L'insertion d'Internet au sein de *La Semaine Africaine* est liée à une stratégie entrepreneuriale, fondée sur la rationalisation de la diffusion. L'articulation entre cette stratégie d'entreprise et les potentialités d'Internet en matière de transmission des données informationnelles ont donc donné lieu à la configuration particulière observée au niveau du site Internet de *La Semaine Africaine*. Autant dire que l'insertion des TIC dans les industries culturelles dépend « *des stratégies des acteurs industriels* » qui, « *désireux de pénétrer sur un marché ou de renouveler les conditions d'activités de leurs marchés, recourent aux technologies afin de transformer les conditions de création ou de production ou, souvent préalablement, les conditions de diffusion, de promotion et de valorisation* » (Bouquillion, 2008 : 9). Il s'agit donc pour *La Semaine Africaine* de recourir à Internet pour transformer ses « *conditions de diffusion* », voire de renouveler ses conditions de pénétration sur le marché publicitaire, en élargissant son audience à une échelle planétaire.

En effet, pour la diffusion papier, les annonceurs s'appuient sur l'audience du journal, qui se mesure classiquement par le nombre d'exemplaires vendus et le nombre d'abonnés. Or, le journal n'a qu'un tirage de 1 500 à 3 000 exemplaires par édition ; ce qui est assez faible pour une entreprise de presse. La stratégie consisterait alors à convaincre les annonceurs sur la fiabilité de l'audience du journal, mesurée non plus seulement sur le nombre d'exemplaires vendus, mais aussi sur le nombre de visiteurs sur son site Internet. La mise en ligne du journal signifie en effet l'éclatement et l'élargissement de son territoire de diffusion, même si, à ce niveau, la notion de territoire reste encore plutôt physique que symbolique : il s'agit simplement de la diffusion à l'échelle planétaire d'un contenu traditionnellement centré sur l'élite congolaise, c'est-à-dire sur le « *sujet régnant* » et le « *sujet dirigeant* ». Si les annonceurs accréditaient cette thèse, le journal pourrait alors continuer de diffuser gratuitement sur Internet et augmenter ainsi ses parts de marché publicitaire. L'objectif serait d'équilibrer le budget de fonctionnement. Car, d'après son directeur de publication, le budget de l'entreprise serait toujours déficitaire, tout au moins dans la période précédant la création

du site Internet : « *Je dirige une petite entreprise qui emploie une quinzaine de personnes au budget chroniquement déficitaire. Par exemple, en 1999, les charges totales se montaient à 47 millions de francs Cfa [71 657, 26 €], pour un chiffre d'affaires de 36 millions [54 961,83 €]. Soit près de 10 millions de francs Cfa [15 246,22 €] de déficit* »<sup>167</sup>. L'augmentation de l'audience par une offre informationnelle gratuite sur Internet est ainsi considérée comme une stratégie d'augmentation de recettes publicitaires en vue d'un équilibre du budget de fonctionnement de l'entreprise. Aucune entreprise de presse n'est en effet dispensée « *d'assurer son équilibre financier et si possible de dégager des profits* » (Cornu, 2003 : 13). Ce mode de diffusion en ligne révèle donc une stratégie d'inscription de *La Semaine Africaine* dans une logique de journalisme de marché à « *l'ère d'Internet* ».

### **6.3.2. Un usage ancré dans le paradigme informationnel de développement**

On peut toutefois se demander ici comment envisager une augmentation de l'audience, alors que l'offre en ligne reste identique à celle de l'édition papier. En d'autres termes, la gratuité seule suffit-elle pour intéresser les publics ? Cela paraît moins évident, dans la mesure où le journal semble fonder sa légitimité dans la valorisation des discours de l'élite intellectuelle que constituent le « *sujet régnant* » et le « *sujet dirigeant* », et ce au détriment des discours de la « *masse populaire* ». D'ailleurs, l'offre en ligne semble destinée aux mêmes publics de la version papier. Il n'y a donc pas eu une stratégie d'élargissement de l'audience, mais plutôt de fidélisation d'un lectorat traditionnel, qui s'est toujours reconnu dans ce journal et auprès duquel il fallait assurer une bonne distribution du produit. Une vraie stratégie d'élargissement de l'audience se serait plutôt inscrite dans une approche de diversification des contenus, qui aurait pu accompagner ce doublement de support de diffusion. Il ne suffit pas de diffuser à l'échelle planétaire pour espérer augmenter l'audience d'un titre de presse, encore faut-il que le contenu diffusé rencontre les préoccupations des publics, d'autant plus que toute communication médiatique est appelée à s'inscrire dans une double *visée* d'*information* et de *captation* (Charaudeau, 1997). Si la « *visée d'information* consiste à *faire connaître au citoyen ce qui s'est passé ou ce qui est en train de se passer dans le monde de la vie sociale, ici, dans le même espace, ou ailleurs, dans un autre espace* », la « *visée de captation* », quant à elle, est plutôt « *orientée vers le partenaire de l'échange, l'interlocuteur ou le*

---

<sup>167</sup> Cf. MBANZA Joachim, « Nous sommes un concentré de l'histoire du Congo », in *Institut Panos Paris / COTA* [en ligne] : <http://www.panos-ao.org/spip.php?article2638> (consulté le 26/04/2012).



*destinataire* », qui « *n'est pas acquis par avance aux valeurs d'intentionnalité que recouvre le message* » médiatique (Charaudeau, 2007 : 74 et 78). Les préoccupations sont en effet diverses et variées selon les catégories sociales : les besoins en information sont liés autant à l'âge qu'au lieu d'habitation, à la classe sociale, à l'emploi, à l'appartenance politique, philosophique ou religieuse, etc. Ne pas tenir compte de cette diversité socioculturelle dans l'offre informationnelle, c'est réduire l'acte de communication médiatique à la seule *visée d'information*.

Or, la *visée d'information* est elle-même confrontée en permanence au « *problème de crédibilité* », du fait que les professionnels de l'information de presse tireraient leur légitimité « *du "faire croire que ce qui est dit est vrai"* » (Charaudeau, 1997 : 77). Pour répondre à cette exigence de « *vérité* » supposée fonder la légitimité de leur métier, les professionnels de la presse sont finalement obligés de s'engager « *dans un jeu de vérité qui consiste à répondre aux différents imaginaires sociaux qui la [ la vérité] mettent en question* » (Charaudeau, 1997 : 77), la « *vérité* » paraissant comme une notion socialement et culturellement très contingente. Dans l'acte de communication médiatique, répondre aux « *imaginaires sociaux* » des publics renvoie donc au *processus d'intentionnalité discursive*, car il s'agit d'enserrer l'offre informationnelle dans des représentations socioculturelles des publics visés, afin d'instaurer une vraie relation d'échange (communication) entre l'instance médiatique et celle de réception. D'où la nécessité d'une approche multiculturelle de l'offre informationnelle de la presse, qui se justifie ici par la variabilité contextuelle de l'exigence de « *vérité* ». En effet, à « *l'ère d'Internet* », l'inscription d'une entreprise de presse dans une logique de journalisme de marché implique pour les professionnels de la presse une mise en phase avec leurs publics (Cornu, 2003). Dès lors, il s'agit pour la presse congolaise de sortir du paradigme strictement informationnel, pour s'inscrire dans une approche info-communicationnelle devant se traduire par un traitement diversifié de l'information. Car le vrai enjeu de cette diffusion planétaire qui, du reste, apparaît comme un simple effet de mode lié à la dissémination mondiale de la notion de « *société de l'information* », devra être (s'il ne l'est pas déjà) d'ordre communicationnel, c'est-à-dire d'échange, de partage de valeurs. La communication ne se réduit pas en effet « *à la performance des outils ni à l'émergence de nouveaux usages et marchés. Elle est d'abord une réalité culturelle et sociale, et concerne la manière dont les hommes et les sociétés entrent en contact les uns avec les autres* » (Wolton, 2009c : 159-160). C'est donc moins la performance technologique, que la représentativité des identités culturelles et/ou sociopolitiques qui peut accroître l'audience d'un titre de presse.

En fait, si les « *techniques d'information sont mondiales, l'information n'est pas mondiale, le citoyen n'est pas mondial* » (Wolton, 2009 : 54). D'où la nécessité pour un titre de presse de tenir compte de la « *diversité culturelle* » des publics, qui sont aujourd'hui très critiques à l'égard tant des acteurs politiques que des journalistes eux-mêmes. Cette approche s'avère économiquement d'autant plus pertinente que les stratégies du capitalisme s'appuient sur une valorisation accrue de la créativité du *public-usager*, et ce dans une perspective économique de contribution du Web à la rentabilité des industries culturelles (Bouquillion, Matthews, 2010). La valorisation de la créativité du *public-usager* s'appuie ici sur le prétexte de la « *diversité culturelle* », dont les NPCI prétendent être porteuses. À son tour, la « *diversité culturelle* » est perçue comme un gage de réussite pour des industries dont le travail consiste dans la manipulation des signes et des symboles sociaux. Il s'agit surtout de faire participer le *public-usager* à la tâche de la collecte des faits, voire à leur traitement, pour que ce même public puisse se retrouver et adhérer à la définition de la réalité sociale que les médias présentent à travers leur offre informationnelle. En effet, les industries culturelles en général, et les entreprises de presse en particulier, se développent autour des communautés de réception (Ruellan, 2011), c'est-à-dire des communautés de partage de valeurs sociales, culturelles, politiques, etc.

Compte tenu de la complexité et de la diversité de la réalité sociale, valoriser la créativité du *public-usager* en matière d'information, en l'intégrant aux contenus réalisés par des journalistes « *professionnels* », c'est projeter une certaine garantie de représentativité de la réalité sociale définie à travers l'offre informationnelle présentée dans les médias. Les journalistes « *professionnels* » ne peuvent en effet couvrir toute la réalité sociale ni être les premiers témoins des événements souvent inattendus, comme le stipule Nicolas Folio (Folio, 2011), rédacteur en chef de *Citizenside*, une agence de presse Web 2.0 spécialisée dans « *l'information participative* ». Ce qui fait que la « *contribution de l'internaute consommateur d'information est aujourd'hui intégrée sous les formes les plus diverses à tous les sites informatifs* » (Aubert, 2011b : 42), et ce contrairement à ce que nous observons au niveau de la presse congolaise, où le rejet du *participatif* semble être justifié par un traitement de l'actualité fondé sur la dominance du champ politique.

## **Chapitre 7 : Un traitement de l'actualité fondé sur la dominance du champ politique**

### **7.1. Trois tendances éditoriales et deux logiques sociales de la communication**

La *globalisation de l'information* et l'*indifférenciation des publics* doivent toutefois être nuancées au niveau de la presse congolaise. En effet, nous avons pu relever dans notre enquête trois tendances essentielles sur l'orientation éditoriale des journaux interrogés. Il s'agit des tendances liées à l'information générale, à l'action sociale et à l'opinion politique. Ces trois tendances éditoriales ne sont pas exclusives à chacun des journaux ; on retrouve un peu de chaque tendance dans chaque titre de presse, en dehors du quotidien *Les Dépêches de Brazzaville* et de l'hebdomadaire *L'Agenda*, dont le contenu est essentiellement centré sur l'information factuelle (comptes rendus des événements). À ces trois tendances éditoriales générales, correspondent deux principales logiques sociales de la communication. Il s'agit des logiques communicationnelles, que nous appelons la *communication révérencieuse* et la *communication irrévérencieuse*. La première consiste en une dépendance assez prononcée de l'information de presse, vis-à-vis des institutions publiques (politiques/administratives) ; elle s'exprime à travers la mobilisation des sources dites « *officielles* » ou institutionnelles. Dans cette logique de communication, l'information est soit « *valorisante* » et « *promotionnelle* », soit « *distanciée* » (elle souligne les problèmes et les conflits, elle donne la parole aux protagonistes mais sans prendre parti), soit « *engagée* » (elle juge et prend parti) (Ruellan, 2003). La seconde logique communicationnelle consiste plutôt en une posture de démarcation de l'information de presse vis-à-vis des « *sources officielles* » ; elle s'exprime par une attitude oppositionnelle/protestataire à l'endroit des institutions établies et mobilise les « *sources officieuses* » (information licencieuse, rumeur), qu'elle confronte parfois aux « *sources officielles* ». Dans cette deuxième logique, l'information est généralement « *engagée* », ou « *critique* » (enquête sur les sujets sensibles et dénonciation des dysfonctionnements institutionnels) (Ruellan, 2003). Nous démontrons ici comment ces deux logiques orientent les pratiques journalistiques (en matière de collecte et de traitement de l'information) et structurent l'appropriation professionnelle des TIC, particulièrement d'Internet, dans les entreprises de presse congolaises.

### **7.1.1. La communication révérencieuse**

Comme nous venons de le préciser, cette logique est mise en œuvre par la publicisation de l'information officielle, encore appelée *information institutionnelle*. La grande majorité des titres interrogés se reconnaissent dans cette logique communicationnelle, que les journalistes justifient à la fois par des « *injonctions politiques* » à l'égard de la presse et par la précarité financière des entreprises de presse. En fait, par manque de moyens financiers, les journalistes sont obligés d'être en connivence avec les organisateurs d'événements à médiatiser, que sont majoritairement les acteurs du champ de l'action gouvernementale, comme nous l'avons déjà souligné plus haut. Et l'information qu'ils produisent est essentiellement centrée sur la publicisation des activités gouvernementales et des partis politiques influents, notamment ceux de la majorité présidentielle : comptes rendus d'audiences et de déplacements du chef de l'État et des autres membres du gouvernement, de réunions des partis politiques au pouvoir et autres associations proches du pouvoir, de séminaires, etc. L'information servie aux publics est un discours laudatif vis-à-vis de ces acteurs politiques et associatifs ; c'est l'*information institutionnelle*, c'est-à-dire celle qui relate (en encensant) la vie et le fonctionnement des institutions publiques/politiques nationales et internationales. La critique et les opinions contradictoires sont en effet considérées comme des facteurs ayant entraîné la société congolaise dans des affrontements armés ; le discours est donc à l'apaisement. Le discours médiatique épouse les visées des idéologies unitaire et pacificatrice. Les journaux s'inscrivant dans cette logique ont une attitude à la fois réservée et prudentielle, vis-à-vis des NPCI ; ils disent ne pas vouloir s'en servir par prudence, à cause de leur caractère contestataire vis-à-vis des institutions établies.

#### ***7.1.1.1. Une logique de communication fondée sur une vision autoritariste de la société***

En plus du fait qu'elle constitue un avatar de la presse dite de « *propagande politique* », cette logique sociale de la communication trouve sa justification, dans le cadre d'affrontements armés ayant accompagné le jeu démocratique des décennies 1990 et 2000 dans la société congolaise. En effet, la liberté d'expression et la diversité d'opinions, acquises à la faveur du pluralisme politique consacré par la *Conférence nationale souveraine* de 1991, ont connu un fléchissement dû à la violence politique armée. Ce sont plus précisément les crises qui, dans

les décennies 1990 et 2000, ont opposé les différents leaders politiques s'affrontant entre eux par milices et armée interposées, que nous avons déjà évoquées dans le premier chapitre de cette partie de notre recherche. La particularité de ces crises politiques armées est que ce sont les milices des partis politiques et l'armée qui font la loi ; l'autorité de l'État semble s'émousser au profit des injonctions de groupements politiques, dont les partisans armés se livrent à une guerre sans merci. Dans ce climat de violence, une prise de position quelconque expose son auteur à la fureur des militants politiques armés. La conséquence au niveau de la presse, c'est que la liberté d'expression, la diversité d'opinions et l'accès aux sources étaient devenues hypothétiques, comme l'atteste le directeur de publication de *La Semaine Africaine* : « *Nous nous exposons par nos prises de position qui n'arrangeaient pas tel ou tel camp en conflit* » (Mbanza, 2003 : 69). Toute prise de position (pour ou contre une partie en conflit) étant considérée comme une prise de risque, on comprend que le commentaire et l'analyse soient volontairement écartés au profit d'une simple publicisation du discours des sources : « *Nous nous contentions alors de témoignages sur la guerre, de déclarations des partis politiques et d'articles de réflexion sur les moyens de mettre un terme au conflit* » (Mbanza, 2003 : 70), affirme le directeur de publication de *La Semaine Africaine*. On se retrouve ici dans ce registre prudentiel, qui caractérisa *La Semaine Africaine* durant le monopartisme et où l'information est généralement « *distancée* », c'est-à-dire qu'elle relate l'événement sans prise de position ni mise en perspective.

Ce registre de « *l'information distancée* » est aussi observé dans la période d'après-conflits, où l'information de presse s'accommode au discours politique visant la pacification du pays. Le discours polémique est accusé d'avoir envenimé le climat sociopolitique et provoqué des affrontements armés. Afin de préserver la paix acquise, on en appelle à l'apaisement, en évitant la médiatisation des « *joutes politiques* ». Dans le cadre de la *communication pour le développement* et de la *propagande politique*, la presse est ainsi mise à contribution dans cette nouvelle mission politique. Les journalistes sont invités à la responsabilité sociale, en s'abstenant de toute diffusion d'opinions contradictoires susceptibles de relancer les turbulences sociopolitiques : « *C'est la peur qui commande, qui est au-dessus et ils ne peuvent pas prendre de véritables positions ou des analyses même honnêtes, même objectives. Ils ont peur parce ce que ça risque de blesser* »<sup>168</sup>. Et cela fait référence à un régime de presse autoritaire, où toute critique contre les acteurs politiques est interdite (Balle, 1984). Dans ce

---

<sup>168</sup> Entretien avec un membre de l'*Observatoire congolais de la presse*, réalisé le 21/07/2011, à Brazzaville.

régime, une critique contre l'action gouvernementale fait courir des risques aux organes de presse. C'est le cas des journaux comme *La Voix du Peuple* et *L'Amicale* qui avaient été suspendus, respectivement pour trois mois et six mois, par *Le Conseil supérieur de la liberté de communication* (CSLC) ; il leur était reproché d'appeler à la révolte, à la manipulation de l'opinion, à l'incitation à la haine tribale et ethnique, ainsi qu'à la division par voie de presse, ces faits constituant une menace à la paix, à la cohésion et à l'unité nationale<sup>169</sup>. Les professionnels de la presse sont obligés de suivre la voie indiquée par les autorités gouvernementales, perpétuant ainsi le constat fait par Hervé Bourges à la fin des années 1970 sur les « *pays en voie de développement* », celui de la nécessité de la confiscation du « *droit à l'information des peuples et des individus* » par des pouvoirs autoritaires, sous le prétexte « *de lier l'information au développement* » de la nation (Bourges, 1978 : 153). Et cela renvoie à l'institution d'une « *logique institutionnelle de l'information* », dont la conséquence serait de transformer tout le métier de journaliste en « *un "journalisme d'enregistrement"* », et ce malgré les « *potentialités alternatives* » qu'offrirait le « *cyberespace* », dans la diversification aussi bien des sources que des registres et des tons, pour paraphraser Bertrand Cabedoche (2007 : 346). L'impératif de paix et de cohésion sociale servirait ainsi d'alibi au contrôle gouvernemental de l'orientation de la presse.

C'est donc sous le prétexte de servir cet « *impératif de paix et de cohésion sociale* », que la presse glisse dans un registre révérenciel où seuls, les énoncés des « *sources officielles* » sont mis en valeur, le cadre médiatique étant ici absorbé par celui des sources. La communication institutionnelle/politique observée autour du *Drame de Mpila*<sup>170</sup> apparaît comme l'un des exemples les plus illustratifs du contrôle gouvernemental de l'opinion publique, et partant de l'orientation de la presse. Dans l'opinion congolaise, Le *Drame de Mpila* avait en effet donné lieu à de nombreuses interprétations, notamment sur l'origine de l'incendie qui avait provoqué les explosions. Suite à l'ampleur que prenaient ces spéculations de la « *rue* », les partis politiques de la majorité présidentielle (qui forment la *tribu politique* au pouvoir) avaient publié une déclaration, dans laquelle ils invitaient toute la population congolaise à ne suivre aucune autre version des faits que celle communiquée par le gouvernement : « *Les Partis de la Majorité Présidentielle attirent l'attention de la population sur les informations qui ne*

---

<sup>169</sup> Cf. « Congo : deux journaux suspendus de publication pour trois et six mois », in *Afriquinfos* [en ligne] : <http://www.afriquinfos.com/articles/2011/12/14/afrique-centrale-192878.asp> (consulté le 25/04/2012).

<sup>170</sup> Il s'agit des explosions qui ont eu lieu dimanche 4 mars 2012, au dépôt d'armes et munitions du Régiment blindé situé au quartier Mpila, à Brazzaville, et ayant provoqué d'énormes dégâts humains et matériels.

*seraient pas celles délivrées par le Gouvernement de la République »*<sup>171</sup>. Les journaux, qui avaient essayé de traiter cet événement *autrement*, c'est-à-dire en associant d'autres sources à côté des sources accréditées par les autorités gouvernementales, avaient été immédiatement rappelés à l'ordre. C'est le cas de *Talassa* qui, le 27 mars 2012, fut interpellé par le *Conseil supérieur de la liberté de communication* (CSLC), au cours d'une descente effectuée par le directeur de cette institution au siège du journal. On reprochait alors au journal le fait d'avoir diffusé « *des discours d'hommes politiques qui tiennent des propos de façon à conditionner le peuple, afin qu'il adhère à son point de vue* », alors que « *le pays traverse une période difficile en raison du drame du 4 mars dernier* » et que « *la presse devrait accompagner le pays dans la stabilité* »<sup>172</sup>. Cette posture gouvernementale peut être expliquée ici par le fait même de la nature du jeu politique, dont l'enjeu consiste dans l'appropriation du « *monopole de la capacité de faire voir et de faire croire autrement* », le champ politique pouvant être décrit « *comme un jeu dans lequel l'enjeu est l'imposition légitime des principes de vision et de division du monde social* », comme l'avait déjà observé Pierre Bourdieu dans le contexte européen (Bourdieu, 2000 : 67-68). Dès lors, on comprend que beaucoup de journaux privés s'alignent généralement sur ce genre d'orientations de l'information, c'est-à-dire sur la « *vision du monde social* » dictée par la sphère gouvernementale, et ce pour des raisons de survie, comme nous l'avons déjà souligné plus haut.

Quoi qu'il en soit, cette posture renvoie à une logique de communication où « *le travail médiatique se donne à voir comme simple reproduction, comme simple "écho" de discours venus d'ailleurs* » (Delforce, 1999 : 47). Cela pose le problème de l'adéquation de la pratique au discours d'autolégimation, structuré par les instances mêmes, représentatives du groupe social institué par les journalistes. Celles-ci développent en effet leur rhétorique argumentative en termes de « *professionnalisme* », au niveau de la collecte, de la mise en forme et de la présentation de l'information (Mathien, 2003), ce qu'avec Jean-Pierre Esquenazi (2002), il nous faut lire comme une reformulation du fait brut dans un cadre médiatique propre. Or, cette prétention est déjà discutable ici, du seul fait de l'inaccessibilité, aussi bien aux sources en tant que celles, qu'à la diversité des opinions en circulation dans le lieu de réception-interprétation, pour parler comme Patrick Charaudeau (1997). En effet,

<sup>171</sup> Cf. « Déclaration des Partis de la Majorité Présidentielle », in *La Semaine Africaine*, n°3174, du vendredi 9 mars 2012, p.15.

<sup>172</sup> Cf. « Le journal *Thalassa* [sic] interpellé par le Conseil supérieur de la liberté de communication », in *Congo-Site* [en ligne] : [http://www.congo-site.com/Le-journal-Thalassa-interpelle-par-le-Conseil-superieur-de-la-liberte-de-communication\\_a12172.html](http://www.congo-site.com/Le-journal-Thalassa-interpelle-par-le-Conseil-superieur-de-la-liberte-de-communication_a12172.html) (consulté le 27/03/2012).

même en tant normal, c'est principalement l'opinion des acteurs de l'action gouvernementale qui semble dominer : « *Donc, nous y allons parce que ce sont aussi les membres du gouvernement qui communiquent le plus* »<sup>173</sup>, affirme un directeur de publication. Mais cette communication gouvernementale serait généralement caractérisée par le manque de transparence, comme l'attestent certains journalistes, qui parlent même de rétention de l'information au niveau de principaux animateurs des institutions publiques : « *Nous avons des problèmes d'accès aux sources. Tout ce que nous écrivons, c'est avec beaucoup de peine. En tout cas, la plupart des sources officielles sont hermétiques aux médias privés, parce que justement il y a comme un problème de rétention de l'information* »<sup>174</sup>, affirme un responsable de rubrique au journal *Talassa*. Ce que confirme un directeur de publication d'un autre journal : « *Vous allez dans une structure [...], on vous bloque, pour vous dire que tant que le ministre n'a pas donné l'autorisation, je ne parle pas [...]. Mais quand il va voir le ministre, il va dire [...] : "Attention à tel sujet, attention à tel sujet !"* »<sup>175</sup>. Ce qui renvoie à un déni aussi bien du droit à l'information que de la liberté de l'information, si tant est que, comme le défendent certains promoteurs du *Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication* des années 1980, le « *critère essentiel de la liberté de l'information réside dans la pluralité des sources et dans l'accès à ces sources et à toutes les variétés de l'opinion* » (Masmoudi, 1986 : 108). D'où le constat d'une évolution « *monoculturelle* » de la presse congolaise, la majorité des titres se focalisant sur la médiatisation des opinions favorables à la *tribu politique* dominante.

### 7.1.2. La communication irrévérencieuse

À côté de cette logique de communication médiatique évoquée ci-dessus, on retrouve des journaux dont les pratiques professionnelles renvoient plutôt à une posture d'irrévérence vis-à-vis des institutions établies. Certains d'entre eux se définissent même comme une presse d'opposition. C'est le cas de *La Rue Meurt* que ses animateurs définissent comme « *un journal d'opposition à tout ce qui n'est pas normal, que ça soit de la société, que ça soit du pouvoir* »<sup>176</sup>. La plupart de ces journaux s'illustrent par la publicisation d'une information licencieuse, c'est-à-dire non officielle, à travers la mobilisation aussi bien de l'*enquête* que de

<sup>173</sup> Entretien réalisé le 10/08/2011, à Brazzaville.

<sup>174</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>175</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>176</sup> Entretien réalisé le 19/08/2011, à Brazzaville.



la *rumeur*, l'objectif étant de briser la rétention de l'information au niveau des institutions publiques et de diversifier les opinions dans la presse congolaise. Aussi sont-ils prêts à ratisser large sur le Web, pour recueillir des informations croustillantes. Ce qui les place dans un registre polémiste, voire conflictuel vis-à-vis des « *sources officielles* », dont ils cherchent à briser coûte que coûte le discours (De la Haye, 1985). Ce sont généralement des journaux se référant au mouvement de démocratisation du pays intervenue dans les années 1990, avec la fin du monopartisme et la libéralisation des opinions. Cette période correspond à ce que le journaliste Thierry Perret appelle le « *Printemps de la presse* » en Afrique francophone (Perret, 2005), qui a accompagné le vaste mouvement de libéralisation des opinions ayant abouti à la fin des régimes de parti unique.

En effet, l'ouverture au pluralisme politique a donné naissance à un régime de « *presse libérale* », qui n'a pas du tout ménagé les autorités politiques, tant de l'opposition que de la mouvance présidentielle. Ce fut une période de liberté euphorique, où « *les lecteurs préféraient les nouveaux journaux, plus mordants, attaquant sans ménagement le pouvoir et les hommes politiques* », et où la caricature « *tint une bonne place et remporta d'énormes succès auprès du public* » (Mbanza, 2003 : 68). Ces joutes oratoires traduisaient un registre politique polémique, dans lequel la presse a paru pleinement jouer son rôle en vue de la constitution d'un espace public, fait de circulation d'opinions contradictoires. C'était la fin de la pensée unique et du règne de la censure. Du coup, la presse avait fait « *office de rouage essentiel de la démocratie, en faisant circuler librement les informations et les opinions qui permettent aux citoyens de se déterminer dans leurs choix politiques* », pour reprendre les termes de Daniel Cornu (2003 : 15). Dans ce cadre, on retrouve une *information critique*, à la fois expliquée, analysée et commentée, et ce dans un registre polémique. L'information sort de son cadre primaire pour se fondre dans le moule médiatique, qui lui confère son vrai statut de discours médiatique. Un vieux journal comme *La Semaine Africaine* enregistra une reconfiguration éditoriale très significative : du registre prudentiel que lui assignait le monopartisme, le journal passa au registre polémique lié à l'émergence du pluralisme politique dans la société congolaise. En reprenant sa liberté de ton à la faveur du pluralisme politique, *La Semaine Africaine* ne fit là que revenir sur sa ligne éditoriale originelle. Du coup, elle avait retrouvé sa fonction sociale qui présida à sa création en 1952, celle de la formation de l'opinion citoyenne, dont l'objectif fut la préparation d'une élite africaine à prendre les responsabilités historiques qui l'attendaient, dans la perspective de l'indépendance qui pointait à l'horizon (Mbanza, 2003). La liberté d'expression et la diversité d'opinions

trouvèrent dans la presse congolaise un nouveau terrain d'expérimentation. Les journaux s'inscrivant dans cette logique se réfèrent donc à l'idéal démocratique (Mathien, 2007). D'où le constat d'un rapport de force (parfois très violent) entre ces journaux et des autorités politiques frileuses de toute diffusion d'opinions contradictoires, supposées être à l'origine des violences armées que le pays a connues au lendemain de ce même mouvement de démocratisation de la vie politique nationale.

#### ***7.1.2.1. Une logique de communication fondée sur une vision démocratique de la société***

En fait, cette logique sociale de la communication s'articule autour d'une vision démocratique de la société, une vision qui, par ailleurs, fonde la pratique du *journalisme d'investigation*, tout au moins dans sa version française. Le *journalisme d'investigation* consiste en effet dans le dévoilement de la face cachée des choses (Charon, 2007). Inscrit à l'intérieur des discours justificatifs de la fonction journalistique, le *journalisme d'investigation* apparaît comme l'un des pôles d'action qui sous-tendent le fondement même d'une activité journalistique, se concevant comme une activité orientée vers le respect du droit à la libre circulation des pensées et des opinions, autour de la double croyance en la possibilité de transparence de la société et du lien absolu entre transparence et expression démocratique (Delforce, 1996). Ce faisant, le journalisme accomplit une fonction sociale, celle d'aider à la libre circulation des idées. C'est effectivement dans cette posture que s'inscrit le *journalisme d'investigation*, qui se donne comme objectif de mettre à « nu » toutes les faces cachées des faits et des événements, tout devant être porté à la connaissance du public : « *Le journaliste d'investigation est donc celui qui se doit d'aller voir "ce qu'il y a de l'autre côté du miroir"* » (Charon, 2007 : 23). Pour ce faire, il procède par *enquête*, c'est-à-dire par une démarche consistant dans la recherche de différents aspects cachés d'un événement, d'une personnalité et ou d'une institution. C'est un genre qui révèle une certaine agressivité à l'égard des institutions et de tout statut social élevé, comme le fait remarquer Érik Neveu (2004). Cet auteur précise que, plus « *offensif dans la quête de l'information, plus abrasif à l'égard des pouvoirs sociaux, ce journalisme se veut au service de la démocratie, de la morale, de la santé publique* » (Neveu, 2004 : 105). C'est un genre de publicisation des faits qui traduit une posture journalistique tout à fait offensive vis-à-vis des institutions établies, et qui renvoie à la figure du *journalisme-justicier*, héritage de la III<sup>ème</sup> République, convoquée par Cyril

Lemieux (2001). Plus encore qu'à partir d'une reconnaissance bien éphémère liée à la production d'un scoop, cette posture libérerait le rêve secret et hardi du rédacteur : réussir à confondre l'institution liberticide, surtout si la patiente remontée des responsabilités - syndrome du *Watergate* oblige - s'arrête aux plus hauts niveaux du pouvoir (Champagne, Marchetti, 1994 ; Cabedoche, 2006a).

L'édification d'une société démocratique exige en effet une transparence de la vie publique. Eu égard au sous-bassement théorique largement positiviste de la construction du méta-discours de légitimation sociale du journalisme, l'idée même de démocratie « *suppose l'existence d'un débat d'idées, de conceptions, de projets, de personnalités* », et ce « *débat passe davantage par l'entremise des médias et l'intervention des journalistes* » (Charon, 2007 : 20). Les journalistes se sentent ainsi investis d'une mission : l'animation des débats d'idées dans la société démocratique, fidèles au rôle de propagande que leur reconnaissait Harold Lasswell. Et dans cette fonction d'aide à la transparence de la vie publique, le journalisme se présenterait comme un lieu de « *stimulation de débat démocratique* ». Comme tel, il « *doit également confronter les faits, les événements, les résultats acquis, avec les discours officiels des différents acteurs politiques, ceux qui sont au pouvoir comme ceux qui se situent dans l'opposition* » (Charon, 2007 : 20-21). Comme on peut le remarquer, le journalisme s'inscrit ici dans une posture de confrontation des faits de l'actualité. Il se donne comme mission le décryptage des faits présentés par les acteurs de différents champs sociaux, dans le but d'éclairer l'opinion.

Dès lors, la logique sociale de *communication irrévérencieuse* relevée dans la presse congolaise apparaît comme une *réplication* de ce *journalisme d'investigation* revendiqué au niveau de la presse occidentale. Des journalistes, travaillant au sein des titres de presse qui s'inscrivent dans cette logique communicationnelle, affirment ne pas s'en tenir aux seuls discours officiels, ni aux seuls faits présentés par les acteurs de l'action gouvernementale : ils vont au-delà, pour mieux creuser l'information et finalement publiciser ce qui est censé être tenu secret par les « *sources officielles* » : « *Nous avons eu une société ici, Pro Brazza, payée à coups de pompes, à coups de milliards. Bon, pour quels résultats ? Voilà des sujets qui nous préoccupent, et on veut toujours faire des investigations, pour essayer d'aider aussi les gestionnaires des affaires publiques. Pourquoi beaucoup d'argent pour moins de*

*rentabilité ? »*<sup>177</sup>, nous a confié un responsable de rubrique au journal *Talassa*. Cette pratique fait transparaître une fonction critique des médias, que certains considèrent comme indispensable à la démocratie et d'autres qualifient de « *contre-pouvoir* » ou de « *quatrième pouvoir* ». L'objectif affiché des journalistes adoptant cette posture est d'exercer une sorte de contrôle sur l'exercice du pouvoir politique, la gestion des affaires économiques et le règlement des affaires judiciaires. Le journaliste se présente ici en défenseur de la « *vérité* » luttant contre l'opacité des pratiques sociales. On peut même dire qu'il se présente comme un adversaire du politique, puisqu'il prétend « *démonter le pouvoir en place* » (C.D., 2007). Au niveau de la presse française, par exemple, Didier Hassoux, journaliste au *Canard enchaîné*, va même plus loin, en mettant en avant les effets de « *nuisance* » du journalisme contre les détenteurs du pouvoir social : « *Nos articles éveillent les consciences [...]. Nous avons un pouvoir de nuisance contre les ordres économiques, politiques ou judiciaires* » (C.D., 2007 : 30). Le journalisme devient un lieu d'affrontement entre les acteurs du champ médiatique et les détenteurs du pouvoir, pour lesquels il apparaîtrait comme un épouvantail.

C'est dans cette catégorie de presse que l'on retrouve des journaux qui, souvent, ont maille à partir avec l'instance administrative de régulation des médias congolais, le *Conseil supérieur de la liberté de communication* (CSLC) : « *En fait, on est entre le Conseil supérieur de la liberté de communication – des plaintes, pour répondre – et le Tribunal de Grande Instance, pour ceux qui pensent qu'il faut aller directement là-bas* »<sup>178</sup>, nous a affirmé un membre de l'équipe de rédaction du journal *Talassa*. Ces journaux sont qualifiés de « *pas sérieux* » et font parfois l'objet de menaces, de la part de certaines personnalités politiques et/ou militaires qu'ils égratignent. C'est le cas, par exemple, du journal *Les Echos du Congo*, dont un membre de la direction dit avoir reçu des appels téléphoniques le menaçant, au motif qu'il aurait publié quelque chose que les organisateurs d'un événement (desquels le journaliste avait par ailleurs reçu la prise en charge des frais de déplacement) voulaient absolument cacher, pour ne pas remettre en cause la réussite de l'événement : « *On pensait que c'était la population de Kinkala. Mais non ! C'est la population de Brazzaville qui est venue jouer les choses... Pour eux, ils ne voulaient pas que je le dise, que la ville de Kinkala était déserte* »<sup>179</sup>. Le fait d'avoir révélé la « *face cachée* » de l'événement avait donc constitué une « *fausse note* »

<sup>177</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>178</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>179</sup> Entretien réalisé le 11/07/2011, à Brazzaville.

(Goffman, 1973), dans la définition commune de la situation que les organisateurs de l'événement voulaient présenter au public.

### ***7.1.2.2. La communication irrévérencieuse comme « stigmat » professionnel***

Le rapport de force, observé ici entre les professionnels de la presse et les acteurs du champ politique, peut être appréhendé à partir de la notion de *façade*, développée par Erving Goffman à travers la *métaphore théâtrale*. C'est justement dans ce cadre conceptuel que Cyril Lemieux (2001) aborde le *journalisme d'investigation*. En effet, dans son ouvrage *La présentation de soi. La Mise en scène de la vie quotidienne I*, Erving Goffman (1973) envisage la vie sociale comme une scène avec ses acteurs, son public et ses coulisses. Les coulisses sont définies comme l'espace où les acteurs peuvent contredire l'impression donnée dans la représentation. Par la notion de *façade*, Erving Goffman désigne les différents éléments avec lesquels l'acteur peut jouer, tels que le décor, mais aussi certains signes distinctifs liés à l'individu. Ces signes distinctifs, qui peuvent être le statut, les habits, les mimiques, le sexe, les gestes, etc., Erving Goffman les appelle la *façade personnelle*. Ainsi, chaque acteur se met en scène et offre au public une image qu'il se donne lui-même. Il peut jouer plusieurs rôles, tout en prenant sa distance vis-à-vis d'eux. Chaque acteur construit alors une définition commune de la situation que les autres sont appelés à respecter, car le non respect de cette définition commune de la situation construite par l'acteur constitue une *fausse note*.

La présentation officielle des faits ou des événements peut ainsi être assimilée à la *façade*, c'est-à-dire à la représentation qu'un acteur social, économique, politique... donne de lui-même ou des faits, des événements. La *façade*, c'est la définition, la formulation des faits et des événements que les acteurs officiels proposent au public. Dans la logique sociale de la *communication révérencieuse*, cette définition commune de la situation présentée par les « *sources officielles* » est bien respectée et acceptée par tous. Les journalistes se présentent alors comme des porte-paroles des « *sources officielles* » ; ils s'arrêtent à la *façade*, comme le confirment ces propos d'un directeur de publication, usant d'une métaphore vestimentaire pour exprimer l'idée du respect de la *façade* au niveau de son journal : « *Moi je regarde le pantalon. S'il est rose, j'écris que le pantalon était rose, mais je ne dirai pas qu'à l'intérieur il y avait une sorte de doublure qui faisait qu'on ne voit pas le slip ; j'évite ça* »

car, précise-t-il, « *informer, ce n'est pas seulement critiquer ; informer, c'est aussi encourager. Et lorsque vous avez quelque part où on a réparé un nid de poule, dites que le nid de poule a été réparé, ne cherchez pas à taire l'information pour attendre le retour du même nid de poule pour dire que voilà, c'est revenu* »<sup>180</sup>. Mais dans la logique de la *communication irrévérencieuse*, les journalistes refusent la définition commune de la situation présentée par les « *sources officielles* » ; ils brisent la *façade* et s'introduisent dans les coulisses, où ils découvrent l'impression contraire donnée dans la représentation publique. On assiste alors à une *fausse note* dans le jeu d'interactions entre les acteurs de la presse et ceux de l'action politique. De ce fait, les journalistes s'approprient la *critique sociale*, s'exprimant aussi bien dans la rue qu'à travers les NPCI : « *Et souvent, on fait juste le relai des sans-voix, de ceux que nous avons dans la société, là où nous sommes nous-mêmes Congolais [...]. Des fois, c'est des publications qui sont faites sur Internet* »<sup>181</sup>.

Les journaux, s'inscrivant dans cette logique sociale de la communication, n'hésitent donc pas à agiter des problématiques considérées comme des sujets tabous dans le milieu politique congolais. C'est le cas, par exemple, des sujets tels que l'enrichissement illicite des membres de la *tribu politique* au pouvoir, la gestion des deniers publics, les emprisonnements ou les assassinats à caractère politique, le fonctionnement de la justice, etc., des sujets qui circulent abondamment, autant dans les « *rues* » des villes congolaises que sur la toile. Il y a là une volonté de mobilisation de cette stratégie de capitalisation des NPCI. Par ailleurs, ce positionnement éditorial fait distinguer ces journaux des autres, inscrits dans la logique sociale de *communication révérencieuse* et auxquels ils opposent une sérieuse concurrence, d'autant plus que la publicisation des « *ragots de la rue* » avait rencontré une réelle adhésion des publics dans les années 1990, notamment avec des journaux tels que *La Rue Meurt*, *Madukutsékélé*, *Le Choc*, etc. Les publics avaient fini par plébisciter cette nouvelle presse (représentée aujourd'hui par des journaux comme *Le Trottoir*, *Talassa*, *Epanza Makita*, *Le Choc*, etc.), qui s'était donné une liberté de ton sans précédent et tint la dragée haute à l'ancienne presse symbolisée notamment par des journaux comme *La Semaine Africaine* « *avec ses vieux reflexes d'autocensure* » (Mbanza, 2003 : 68). Le registre de la dénonciation dans lequel s'est inscrite cette nouvelle presse permet en effet de « *faire recette auprès d'un public toujours friand de connaître le dessous des cartes* » (Eveno, 2008 : 11). Mais encore faut-il avoir des moyens pour débusquer ce « *dessous des cartes* ». De plus, il serait tout à fait

<sup>180</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>181</sup> Entretien avec un responsable de rubrique au journal *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

« illusoire de penser que l'ouverture de l'espace médiatique aux voix multiples de la société, selon le modèle de l'agora, se passe sans que soient opérées des sélections, tant des messages que des personnes » (Cornu, 2003 :15), ce que, par ailleurs, Patrick Charaudeau (1997) analyse comme intrinsèquement constitutif du *contrat de communication*, symbolique de la *co-construction* du discours d'information médiatique. C'est dire que même à ce niveau-là, il semble que ce seront toujours les discours des experts, notamment des acteurs politiques situés dans l'opposition à la *tribu politique* au pouvoir, et non pas des « *publics ordinaires* », qui seront relayés dans ces organes de presse, conformément à la lecture de cet espace public *bourgeois*, et non pas *plébéen*, que Jürgen Habermas avait déjà révélé pour l'Europe.

Quoi qu'il en soit, pour connaître la vérité sur des sujets « *licencieux* », il faut mener des enquêtes, faire des investigations. Or, l'investigation exige des moyens, tant humains que matériels et financiers. Ainsi, devant le manque de moyens conjugué avec l'obstruction de la « *vérité* » orchestrée par les « *sources officielles* », les journalistes mobilisent souvent la *fausse information* ou la *rumeur*, qui se présentent ici comme une tactique invitant à la réaction des « *sources officielles* » concernées. La *rumeur* est en effet un récit de nouvelles, non encore vérifiées, mobilisant différents répertoires d'énonciation (on-dit, insinuation, etc.), types d'énonciateur (instigateur, colporteur, contradicteur, etc.), contextes sociaux et stratégies d'acteurs (Bonhomme, 2006). Comme telle, elle constitue un « *registre routinier de contournement des normes de la prise de parole en public : le relais au conditionnel d'une nouvelle non vérifiée permet d'énoncer une information qui serait inacceptable et inconvenante autrement* » (Bonhomme, 2006). Ce registre est bien confirmé dans la presse congolaise, notamment avec l'emploi du *conditionnel* pour des informations non encore vérifiées : « *Vous remarquerez que la presse nationale, souvent, surtout privée, les premières informations sont au conditionnel : "Untel serait-il empoisonné ? Untel aurait-il eu des rivalités avec... ?" »*<sup>182</sup>. La mobilisation de la *rumeur* apparaît ici comme une tactique journalistique, consistant à jeter un pavé dans la mare afin de susciter la réaction des acteurs sociaux concernés. Il s'agit en fait de créer un incident, susceptible d'amener les institutions (physiques ou morales) à communiquer sur certains sujets sensibles, ou d'intérêt public, comme le confirment ces propos d'un directeur de publication :

Alors, à certains moments, comme je dis aux jeunes, créer l'incident est une manière de communiquer, il faut donc créer l'incident ; on en parle, avec de faux chiffres. Parfois, quand

---

<sup>182</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

on en parle avec de faux chiffres, c'est à ce moment-là qu'on va entendre dire : « Mais non, les chiffres que vous avez publiés là, c'étaient les chiffres de 2005 ! » Oui, mais donnez-nous les chiffres de 2011. On ne vous les donne pas, mais on a réagi<sup>183</sup>.

Pour les journalistes s'inscrivant dans cette logique sociale de la communication, il ne s'agirait pas d'un manquement à la déontologie du métier de journaliste, mais plutôt d'un choix éditorial, qui répondrait de « *l'exigence de vérité* ». C'est ainsi que se défend un journaliste évoluant au journal *Talassa*, et qui plus est fonctionnaire d'État : « *En tout cas, les règles déontologiques, nous les connaissons puisque nous sommes des professionnels. Mais, en fait, simplement parce que nous avons fait un choix, hein, c'est de dire la vérité, et de ne dire rien que la vérité* »<sup>184</sup>. Ils sont néanmoins considérés comme des professionnels manquant à l'éthique journalistique, autant par les institutions de régulation que par l'instance d'autorégulation. Leur attitude constituerait un écart par rapport aux attentes normatives des autres, à propos de leur identité professionnelle. Et, de fait, ils sont effectivement *stigmatisés* (Goffman, 1974), s'il faut en croire certains témoignages : « *C'est vrai, comme vous l'avez dit, qu'on nous reproche – on est comme minoritaire –, on nous le reproche. On nous taxe comme des pervers, on en fait un peu trop* »<sup>185</sup>. Même l'OCM entend ajouter l'« *irrévérence* » dans sa grille d'évaluation des comportements déviants des journalistes congolais, au même titre que l'injure, l'atteinte à la confraternité, à la vie privée, etc. Cette *stigmatisation* peut se justifier par le fait d'une approche fonctionnaliste, appréhendant la *rumeur* en termes d'*anomie*. Il s'agit d'une approche qui renvoie à un paradigme psychopathologique dans lequel ont été orientées les premières recherches empiriques sur les rumeurs menées aux États-Unis pendant la Seconde Guerre mondiale, un paradigme dans lequel « *la psychologie sociale voit dans la rumeur une maladie du corps social qu'il convient de combattre au plus vite en mettant en place des "cliniques des rumeurs"* » (Bonhomme, 2006). C'est de ce paradigme que se démarque Philippe Aldrin (2005), dont l'approche du phénomène s'inspire plutôt du *paradigme transactionnel*, en s'inscrivant notamment dans la perspective de la sociologie interactionniste. Dès lors, « *loin d'être un phénomène anémique* », la *rumeur* devient « *un fait social normal* » (Bonhomme, 2006). C'est en ce sens qu'elle apparaît comme une tactique journalistique. Celle-ci consisterait dans le débusquage de l'information au sein d'une société où la maxime, selon laquelle « *toute vérité n'est pas bonne à dire* », serait érigée en norme de fonctionnement dans toutes les institutions sociales, et où la notion de « *secret*

---

<sup>183</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

<sup>184</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>185</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.



*d'État* » s'appliquerait à tous les sujets concernant la *tribu politique* au pouvoir, voire dans l'opposition.

Les journalistes « *irrévérencieux* », appelés aussi des « *francs tireurs* », sont donc perçus comme des destructeurs de la *face* des autres, c'est-à-dire de la valeur sociale positive qu'une personne revendique à travers une ligne d'action. En effet, dans *Les rites d'interaction*, Erving Goffman (1974) affirme que la règle fondamentale qui régit les interactions sociales est le respect de la *face* de l'autre. Préserver sa propre face, ainsi que celle de ses partenaires, est la règle que doit respecter tout individu en interaction avec d'autres. C'est une condition sans laquelle il ne peut y avoir d'interaction, la *face* étant considérée comme quelque chose de sacré. La préservation de la *face* se fait par un travail de *figuration*, lequel consiste à éviter de compromettre l'autre, en mobilisant, par exemple, le tact, le savoir-vivre ou la diplomatie. Or, c'est plutôt à la destruction de la *face* de l'autre que l'on assiste dans cette *communication irrévérencieuse*. Ce faisant, le journaliste construit une définition de la situation commune avec sa propre représentation. Il construit sa *façade* et cherche à sauver sa *face*, tout en détruisant celles des autres. Tel est le mécanisme, notamment avec la mobilisation de la *rumeur* qui défraye la chronique et s'accroche parfois à la « *réputation des hommes publics comme des insignes déshonorants, malgré le silence ou les démentis* » (Aldrin, 2010). Publier une rumeur concernant un acteur politique ou une institution publique, c'est donc porter un discrédit à cet acteur ou à cette institution. En effet, on est en présence de cette presse de la décennie 1990, qui était une « *presse revendicatrice et frondeuse à souhait* », faisant craindre aux ministres « *d'être mis à l'index* » et mettant toute la classe politique « *à genoux devant les journaux et ceux qui les animaient* »<sup>186</sup>. Ce qui explique le constat de rapport de force entre les acteurs du champ de l'action gouvernementale et les journalistes, chaque acteur cherchant à sauver sa propre *face*.

## **7.2. La dépendance politique comme une stratégie de sauvegarde de la *face***

Eu égard à ce qui précède, la *dépendance politique* de la presse apparaît pour un acteur politique comme une stratégie de contrôle et de préservation de sa propre *face*, à l'encontre d'un partenaire désinvolte et irrespectueux de la règle fondamentale de toute interaction

---

<sup>186</sup> Cf. MFUMU, « La responsabilité sociétale des hommes des médias », in *La Semaine Africaine*, n° 3189 du vendredi 4 mai 2012, p.6.

sociale. Et cela se traduit, entre autres, par une asphyxie financière de ces journaux « irrévérrencieux », qui peinent à survivre financièrement. C'est certainement cette stratégie d'acteur, celle d'un acteur politique en difficulté et décidé à sauver sa *face*, qui inspira le législateur congolais dans la rédaction de la *Loi n°30/96 du 2 juillet 1996 sur la liberté de la presse*, une loi, qui plus est, conçue par le premier régime politique ayant succédé au gouvernement de transition, mis en place par la *Conférence nationale souveraine* de 1991. Comme nous l'avons déjà signalé *supra*, cette loi avait été qualifiée de « scélérate » par les professionnels de la presse, parce qu'elle punissait les délits de presse par des peines d'amende et d'emprisonnement très lourdes. Aussi ne serait-il pas exagéré de voir dans ces « *peines d'amende et d'emprisonnement très lourdes* », une volonté de vengeance larvée de l'acteur politique, attelé à régler ses comptes avec un « associé-rival » (Neveu, 1993) qui l'aurait humilié durant tout le temps de la *Conférence nationale souveraine* de 1991, ainsi que du *Gouvernement de transition* issu de cette conférence.

Révélee par notre enquête, la relation d'« associés-rivaux », qui lierait les acteurs de l'action politique et les professionnels de la presse, semble s'illustrer particulièrement au niveau du journal *Tassala*. Ce journal donne en effet l'impression d'être l'un des rares titres de presse congolais, qui essaieraient de résister aux « *injonctions politiques* ». À certaines interpellations, dont il fait souvent l'objet de la part du *Conseil supérieur de la liberté de communication* (CSLC), le journal oppose sa propre ligne éditoriale. C'est ce qui, par exemple, s'est produit au cours de l'interpellation faisant suite au traitement médiatique du *Drame de Mpila*. Après cette interpellation, le directeur de cette entreprise de presse avait fait une réplique cinglante au CSLC, dans laquelle il avait reprécisé la ligne éditoriale de son journal : « *Pour comprendre la ligne éditoriale de Talassa, nous renvoyons le pasteur Jacques Bananganzala [alors directeur du CSLC] dans le livre d'Esaïe chapitre 58, premier verset [sic]"Crie à plein gosier, ne te retiens pas, Élève ta voix comme une trompette, Et annonce à ton peuple ses iniquités, À la maison de Jacob ses péchés !" »*<sup>187</sup>. Cette réplique semble traduire un vrai rapport de force entre le CSLC et *Talassa*, ce dernier prétendant ne pas obtempérer à cette « *injonction politique* » et affirmant sa volonté de poursuivre sa « *mission prophétique* », qui consisterait ici dans la dénonciation des injustices sociales

---

<sup>187</sup> BOMBE BEMBA Ghys Fortuné, « Danger : L'anticonstitutionnel Bananganzala et Cie menacent de suspension le journal Talassa », in *Talassa* [en ligne] : <http://www.talassa.org/component/content/article/35-societe/1092-le-proces-d'intention-contre-le-journal-nengage-que-leurs-auteurs.html> (consulté le 11/04/2012)

(« *iniquités, péchés* ») dans la société congolaise. Cela pourrait vite faire croire à une totale indépendance de ce journal, vis-à-vis du champ gouvernemental qu'il entend ainsi défier.

Pourtant notre enquête a révélé quelques soupçons d'affinités entre les responsables de *Talassa* et certains membres influents de la *tribu politique* au pouvoir, tout en confirmant l'existence de menaces d'ordre « *surtout verbal et physique* » à l'encontre des journalistes : « *Ils ont des déboires, mais ils ont [aussi] des accointances : " Mais oui, c'est un parent à ... " J'ai déjà entendu des choses comme ça* »<sup>188</sup>, nous a confié un observateur de la presse locale. Par ailleurs, un journaliste évoluant au sein de cet organe de presse nous a même confirmé les affinités personnelles d'un responsable de cette publication avec un acteur influent du régime politique en place :

Je te dis, il est comme [sic] un peu exceptionnel [...]. Il tire à boulets rouges, mais ces gens-là le supportent, parce que, quelque part, ils se rendent compte qu'on dirait [sic] il les aide, je te dis [...]. Mais je vais te montrer un journal [une édition du journal] : [dans] un journal sur deux, [cet acteur influent du régime politique en place] est tiré à boulets rouges, mais c'est lui [l'acteur du régime politique] qui [...] appelle [le journaliste] : "Bon, je suis ici, si tu peux venir, j'ai un petit problème..."<sup>189</sup>.

Ce qui, pour le moins, à défaut de preuve, témoigne, au niveau du discours des acteurs eux-mêmes, de la relation d'« *associé-rival* » entre ce journal et le champ de l'action politique. L'existence d'une telle relation est d'autant possible que d'autres observateurs n'hésitent pas à parler d'une éventuelle tactique, mobilisée par l'entreprise de presse et dont l'objectif serait d'attirer l'attention d'éventuels collaborateurs (associés), appartenant au champ de l'action politique : « *Bon, en fait, j'ai l'impression qu'ils le font pour se faire voir, pour se faire aussi peut-être distinguer, pourquoi pas pour se faire de l'argent, parce que, à un moment donné, on peut leur dire : "Mais finalement, qu'est-ce que vous voulez ?"* »<sup>190</sup>. Bref, cette tactique – si tactique il y a – prouve à suffisance toute l'ambiguïté de la relation qui lie les deux champs politique et médiatique congolais, une ambiguïté qui rend difficile le discernement d'un éventuel espace public médiatique congolais, qui soit complètement détaché de la sphère gouvernementale.

---

<sup>188</sup> Entretien réalisé le 27/07/2011, à Brazzaville.

<sup>189</sup> Entretien réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>190</sup> Entretien réalisé le 21/07/2011, à Brazzaville.

Enfin, il sied de signaler que c'est beaucoup plus au sein de ces journaux « *irrévérencieux* » que l'on retrouve la plus grande précarité financière. Même les acteurs économiques susceptibles de leur procurer des annonces publicitaires les éviteraient « *au maximum, parce qu'il y en a qui se font souvent taper sur les doigts là-bas* »<sup>191</sup> par les institutions de tutelle. Cette mainmise du politique sur le secteur économique semble justifier aussi la posture prudentielle adoptée par *La Semaine Africaine* qui, ne bénéficiant plus de subventions de la part de son propriétaire (la Conférence épiscopale du Congo), ne compte plus que sur la manne publicitaire pour assurer sa propre survie économique. C'est ainsi qu'elle miserait sur la production d'une « *information distanciée* », jouant ainsi le jeu de la supposée « *neutralité* » et du « *sérieux* » que même ses concurrents lui reconnaissent volontiers : « *On peut l'avouer sans fausse modestie [...], si vous voulez savoir une vérité quelque part, bon, il faut lire La Semaine Africaine [...]* »<sup>192</sup>.

Ce constat est par ailleurs partagé par un membre de l'OCM : « [...] *il faut reconnaître que La Semaine est quand même acceptée dans pas mal de milieux, et on lui fait confiance* »<sup>193</sup>. Mais la « *vérité* » dont il s'agit ici, c'est celle de la *façade*, c'est-à-dire la définition commune de la situation présentée par les « *sources officielles* » elles-mêmes. Pour conforter cette position, non seulement le journal évite l'instrumentalisation médiatique des « *joutes politiques* » et la publicisation de la *fausse information* et de la *rumeur*, mais il privilégie aussi et surtout l'*information institutionnelle*, comme nous l'a confié un membre de l'équipe de rédaction : « *Il n'y a qu'à voir le journal ; ce sont des reportages des ministères. Ça, c'est vrai [...]. Quand je dis institutions, il ne s'agit pas seulement des institutions gouvernementales, il y a des organismes internationaux qui ne font passer leurs annonces que dans La Semaine Africaine* »<sup>194</sup>. L'objectif affiché par le journal est d'être en phase avec les acteurs du champ de l'action gouvernementale, qu'il ne faut pas désobliger, puisqu'ils contrôlent aussi le champ économique. C'est dire que la posture prudentielle de *La Semaine Africaine* serait également liée à la précarité financière, qui renforce ainsi la dépendance politique des entreprises de presse congolaises. En adoptant cette posture, le journal sauve ainsi sa propre *face* (sa survie socio-économique) et celle des autres (la réputation des acteurs de l'action gouvernementale, dont il respecte la *façade*).

---

<sup>191</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>192</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>193</sup> Entretien réalisé le 21/07/2011, à Brazzaville.

<sup>194</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

### 7.3. Quand la précarité financière renforce la « *fracture numérique* »

Il faut dire que la précarité financière observée au niveau de la presse congolaise renforce la fameuse « *fracture numérique* » dans les entreprises de presse. Du fait du manque de ressources financières, beaucoup d'organes de presse ne peuvent s'offrir le luxe d'acquérir, ni le matériel, ni les compétences professionnelles nécessaires en matière de maîtrise des usages des TIC. Même au niveau de *La Semaine Africaine*, on reconnaît la difficulté à s'investir dans l'appropriation professionnelle des TIC. Un membre de la direction du journal lie clairement la *stratégie de capitalisation* des NPCI à l'accès aux sources financières : « *Il faut donc avoir accès à des sources de financement pour pouvoir investir dans la formation des ressources humaines, dans l'accès aux moyens technologiques, et enfin dans l'élévation du niveau de l'entreprise, pour avoir accès à ces nouvelles ressources* »<sup>195</sup>. Ce qui renvoie à l'hypothèse de l'absence de financements, comme véritable goulet d'étranglement dans le développement des entreprises de presse congolaises. Mais l'absence de financements trouve ici sa justification, précisément dans cette stratégie d'un acteur politique congolais se montrant méfiant vis-à-vis d'un « *associé-rival* » (le journaliste) aux pratiques souvent trop abrasives pour l'honorabilité de son image. L'octroi des financements conventionnels à la presse contribuerait en effet à l'accroissement du capital financier des acteurs du champ médiatique. Et l'accroissement du capital financier conférerait aux professionnels de la presse une certaine autonomie financière. Pour les professionnels de la presse, l'acquisition d'une autonomie financière se traduirait par la libération d'une dépendance politique les obligeant à orienter leurs choix éditoriaux sur le *prestige* des acteurs politiques – nous développons cet aspect dans le prochain chapitre. Autonomie financière rimerait donc avec liberté d'action et de choix pour les journalistes. Autant dire que l'éventualité d'un accroissement de capital financier pour les professionnels de la presse constituerait un épouvantail redoutable pour les acteurs du champ politique, lesquels n'auraient plus aucune maîtrise sur le champ médiatique : « *En fait, le gros problème, c'est l'aide de l'État. L'État doit aider la presse, mais il n'est pas décidé à l'aider, parce qu'il craint que ça se retourne contre lui* »<sup>196</sup>, fait remarquer un membre de l'OCM. D'où la nécessité de toujours maintenir la presse dans la précarité financière et sous pression politique, l'autonomie financière des acteurs du champ médiatique pouvant se révéler comme une arme fatale contre le *prestige* des acteurs du champ politique.

---

<sup>195</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

<sup>196</sup> Entretien réalisé le 21/07/2011, à Brazzaville. Voir aussi Annexes III.

Par ailleurs, le manque de ressources financières accentue la « *fracture numérique* » au sein même de la corporation, de nombreux journalistes n'ayant jusqu'ici reçu aucune formation adéquate sur les TIC : « *Jusqu'à aujourd'hui, ils sont nombreux les confrères qui regardent l'ordinateur de très loin, ou alors, quand ils approchent l'ordinateur, c'est un doigt pointu, comme le doigt d'un gynécologue [sic], en train de chercher sur le clavier où se trouve telle lettre* »<sup>197</sup>, confirme un directeur de publication. On trouve même des organes de presse dont les journalistes travailleraient dans des cybercafés pour la fabrication de leurs journaux, n'ayant même pas de siège social. En dehors du journal *L'Agenda* qui dit avoir lui-même formé ses collaborateurs à l'utilisation de l'ordinateur, aucun autre journal ne nous a affirmé avoir organisé des formations sur l'usage des TIC pour ses journalistes, excepté les formations collectives qui sont souvent organisées par certaines ONG et des organisations internationales ou onusiennes. Et c'est cette paupérisation consécutive à la *dépendance politique* qui expliquerait la « *fracture numérique* » au sein de la presse congolaise.

---

<sup>197</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

## **Chapitre 8 : Des entreprises de presse soumises à une gouvernance symbolique**

### **8.1. Une logique de financiarisation singulière : pécule contre prestige**

Le phénomène de la « *camorra* » et la *dépendance politique* inscrivent les entreprises de presse congolaises dans une sorte de *gouvernance symbolique*. En effet, en finançant les activités de la presse, les acteurs politiques envisagent d'obtenir des acteurs du champ médiatique des gains en capital non pas financier mais *symbolique*, c'est-à-dire ce qui est « *communément appelé prestige, réputation, renommée, etc., qui est la forme la plus perçue comme légitime de ces différentes espèces de capital* » (Bourdieu, 2001 : 295). Les entreprises de presse sont ainsi appelées à aligner l'information de presse sur le *prestige* des acteurs du champ de l'action gouvernementale (qui sont les plus offrants), afin de contribuer à l'accroissement de leur capital politique, qui est « *un capital symbolique lié à la manière d'être perçu* » (Bourdieu, 2000 : 65). Cette posture est fondée sur la croyance en la puissance des médias faisant du « *bon* » leader politique « *celui dont on parle "bien" dans les médias* » (Legavre, 2011 : 111), c'est-à-dire celui dont on soigne l'*image*. Car le pouvoir politique est un pouvoir particulier, en ce sens qu'il se réfère à un « *capital réputationnel qui est lié à la notoriété, au fait d'être connu et reconnu* » (Bourdieu, 2000 : 64). Pour un acteur politique, l'enjeu consiste certes dans l'acquisition de cette *notoriété*, c'est-à-dire « *être connu du plus grand nombre* » (Maccioni, 1995 : 69), mais encore faut-il qu'une valeur positive puisse être associée à cette renommée. Cette valeur, c'est l'*image*, qui est l'ensemble des traits associés à la *notoriété* d'un acteur politique et perçus par l'opinion publique.

Tout comme la valeur créée par l'image de marque d'un produit permet, entre autres, de différencier et de positionner le produit sur le marché, de donner au consommateur une raison d'acheter, de créer un sentiment positif vis-à-vis de la marque, l'*image* d'un acteur politique lui permet de se distinguer dans la lutte politique (Bourdieu, 2000) et d'attirer l'empathie et la sympathie des citoyens. Pour le journaliste, le travail consiste dans la promotion des acteurs sociaux concernés auprès de l'opinion publique, en les présentant « *comme des loups mais qui se transforment en agneaux dans les journaux* »<sup>198</sup>, pour reprendre les propos d'un directeur de publication. Dès lors, le traitement de l'information s'apparente à une simple opération de

---

<sup>198</sup> Entretien réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

charme, dont l'objectif serait de soigner l'*image* des acteurs sociaux détenteurs d'un capital financier puisque, dans ce genre d'opérations, la rétribution du journaliste est fonction de la « vente » d'une bonne *image* de l'acteur social, ou de l'institution sociale dont il médiatise l'événement. Cela paraît très illustratif au niveau du journal *Le Patriote*. Ce dernier, spécialement créé pour soigner l'image du gouvernement en général, et du chef de l'État en particulier, ne semble en effet tolérer aucun écart entre le discours journalistique et le *prestige* de la *tribu politique* au pouvoir. C'est ce que nous a confié un journaliste évoluant dans cet organe de presse : « *De temps en temps, il y a des menaces même de fermer le journal [...]. On nous rappelle à l'ordre : "Attention, nous, nous investissons, voilà ce que nous attendons de vous ! Alors, si vous continuez à lever la tête, nous fermons le journal" »*<sup>199</sup>. Ces propos montrent bien que le traitement de l'information est lié au soin de l'*image* de l'investisseur financier, qui est en même temps un acteur politique.

L'adaptation de l'information au *prestige* des « *financeurs* » des activités de la presse peut renvoyer (toute proportion gardée) à la notion de *financiarisation* des industries médiatiques. En effet, la *financiarisation*, telle que nous l'avons définie dans la première partie de cette recherche (Bouquillion, 2008), mettrait les industries médiatiques sous la pression des acteurs financiers. Cette financiarisation aurait induit des logiques de *concentration*, qui font que les industries médiatiques soient passées sous le contrôle de quelques grands groupes industriels et/ou financiers privilégiant leurs intérêts économiques. En France, par exemple, la majorité des titres de la presse régionale et magazine appartient à deux fabricants d'armes : *Lagardère* (via *Hachette*) et *Dassault* (via la *Socpresse*) (Halimi, Vidal, Maler, 2006). Par ailleurs, *Dassault* est propriétaire du *Figaro*, et *Lagardère* premier actionnaire et gestionnaire du principal groupe multimédia français avec *Hachette*, ses livres et ses magazines, les *Nouvelles messageries de la presse parisienne* (NMPP), *Europe 1* et des chaînes thématiques (Eveno, 2008), pour ne citer que ceux-là. Ainsi, à partir des années 1980 – avec une accélération du processus au cours des années 1990 –, une grande partie de l'industrie française des médias est devenue « *propriété d'ensembles qui dépassent largement le secteur de la communication : les groupes Arnaud (luxes), Bouygues (BPT, télécommunications), Dassault (aéronautique, défense), Pinault (distribution), Bolloré (transports, logistique) ont pris le contrôle de médias majeurs* » (Ruellan, 2011 : 197). La formation de ces grands groupes industriels est venue accentuer le phénomène de la *concentration*, dont les formes actuelles

---

<sup>199</sup> Entretien réalisé le 19/07/2011, à Brazzaville.



sont porteuses d'importantes mutations observées au niveau des ICIC depuis la fin des années 1990 (Bouquillion, Combès, 2007). La *concentration* est en effet un processus économique et financier consistant dans une logique de réduction de producteurs sur un marché et une augmentation de leur envergure.

Ce phénomène poserait le problème de l'emprise de la logique du marché sur la dimension symbolique de l'information médiatique. Effet, certaines approches sur la *concentration* médiatique voient « *les exigences de rentabilité prêtées aux groupes économiques et financiers propriétaires de ces entreprises* » comme de réels dangers pour les industries de contenus (Bouquillion, Combès, 2007 : 21). À cela s'ajoute l'influence politique sur les journalistes, d'autant plus que quelques propriétaires de ces grands groupes industriels auraient une partie liée avec certains acteurs du champ politique (Eveno, 2008). Aussi le journalisme français subirait-il de très fortes pressions du pouvoir économique et financier, en raison notamment de l'intensification des fusions et concentrations, et semble de plus en plus dépendant des stratégies de marketing et de commercialisation de l'information, sans oublier le manque d'indépendance des journalistes à l'égard du pouvoir politique et de l'argent (Rieffel, Watine (dir.), 2002). Cette emprise de la logique du marché sur la dimension symbolique de l'information médiatique, ainsi que l'influence politique (supposée ou réelle) sur les journalistes, seraient à l'origine de la méfiance des publics français à l'égard de la presse écrite, en « *premier lieu parce que celle-ci appartient de plus en plus à des groupes industriels qui contrôlent le pouvoir économique et sont souvent en connivence avec le pouvoir politique* » (Ruellan, 2011 : 203). Et c'est cette méfiance qu'accompagneraient certaines NPCI dans la société française. Toutefois, si la plupart des journalistes voyaient dans le phénomène de la *concentration des médias* une menace absolue pour le pluralisme de l'information dans les années 70, la problématique a évolué depuis le passage du troisième millénaire, avec la convocation de la concentration des titres, pour répondre à la nécessité de présenter de grands groupes de presse nationaux face à la concurrence des médias transnationaux sur les marchés mondiaux, au nom de la *diversité culturelle* (Tessier, Baffert, 2007 ; Cabedoche, Damien-Gaillard, Rébillard, Smyrnaio, 2011).

Mais le cas de la presse congolaise renvoie plutôt à une logique de financiarisation médiatique tout à fait singulière, même si elle ne paraît pas si originale que ça. En effet, l'investissement financier semble ici récompensé par une gratification purement symbolique des acteurs de l'action politique, qui se présentent en véritables « *actionnaires* » des entreprises de presse.

Avec la *financiarisation*, ces acteurs financiers deviendraient comme de véritables décideurs – s'ils n'en sont pas propriétaires – pour les entreprises de presse, dont ils entendent bien tirer profit. En effet, la financiarisation des entreprises de presse congolaises se réalise ici sous deux modes principaux : le soutien financier apporté aux titres existants « *par le biais d'articles commandités* » et la création de nouveaux titres par une allocation de ressources financières, matérielles et humaines<sup>200</sup>. Pour ce type d'acteurs financiers, l'objectif serait de rentabiliser leurs investissements financiers par la mise en œuvre d'une information de presse devant valoriser leurs propres actions : « *Mais la récompense, c'est les postes des fonctions qu'ils ont ! Il est là, il est en fonction, il a l'argent. Il met son argent en jeu pour que vous parliez de son institution, de la bonne gestion de son institution, alors que cela est parfois faux* »<sup>201</sup>, nous a confié un directeur de publication. Dans ce cas, on assisterait, soit à un jeu d'échange tacite d'un *capital financier* (pécule) contre un *capital symbolique* (prestige), soit à un déguisement ou détournement politique du financement public de la presse.

### **8.1.1. La conversion du pécule en prestige : un aspect des industries culturelles**

La logique de financiarisation observée au niveau de la presse congolaise s'inscrit bien dans le cadre général du fonctionnement des industries culturelles. Elle est en effet illustrative d'un modèle d'« *entreprise culturelle, dont une part essentielle de l'activité consiste à transformer le capital économique en capital symbolique* » (Bouquillion, Combès, 2007 : 23). Il s'agit ici de transformer le *capital économique* et/ou *financier* (investi par les acteurs du champ politique) en *capital symbolique* devant profiter aux investisseurs. Et cette logique de fonctionnement est bel et bien liée, autant à l'économie des industries culturelles, qui « *est une économie des biens symboliques au sein de laquelle les questions économiques et les rapports de sens sont impliqués* » (Bouquillion, Combès, 2007 : 22), qu'à la nature même de ces industries. Celles-ci constituent en effet un ensemble d'industries, mais aussi une variété « *d'activités d'une importance sociale considérable, tant pour la vie des ménages (loisirs, information, communication, etc.) que pour l'espace politique et pour la sphère économique* » (Bouquillion, 2008 : 30). Ainsi, pour Mustapha Masmoudi, « *l'industrie de l'information a toujours rempli dans la société industrielle une double fonction de secteur d'activité*

<sup>200</sup> Cf. MFUMU, « La responsabilité sociétale des hommes des médias », in *La Semaine Africaine*, n° 3189 du vendredi 4 mai 2012, p.6.

<sup>201</sup> Entretien réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

*marchande et d'une arme idéologique puissante* » (Masmoudi, 1986 : 52). Toutefois dans le cas de la presse congolaise, la *Loi n°8-2001 du 12 novembre 2001 sur la liberté de l'information et de la communication* stipule, en son article 9, qu'« *Aucune entreprise d'information et de communication privée ne peut recevoir l'aide en numéraire, en nature ou en industrie d'un parti politique* ». Le financement des entreprises de presse privées par des acteurs politiques constituerait donc une violation flagrante du cadre législatif régissant ce secteur d'activité. Par ailleurs, ce type de financement fait parfois glisser certains journalistes dans un militantisme politique exacerbé. Cet aspect a été particulièrement très prégnant dans la « *période de transition* » des années 1990, où l'on a assisté à la résurgence d'une sorte de « *presse militante* », observée dans le mouvement des luttes pour l'indépendance des pays africains. En effet, avec le jeu démocratique consistant dans la concurrence des partis politiques pour la conquête et/ou la conservation du pouvoir, la presse est apparue comme un moyen de communication entre les partis politiques et leurs militants. Chaque parti politique ou presque avait alors créé son journal, s'il ne finançait pas un journal déjà existant. Cette logique de création et/ou de financement de la presse privée par des acteurs politiques perdure toujours, car « *il y a des titres qui sont privés mais, au fond, soutenus par une autorité politique ou une famille politique* »<sup>202</sup>. La majorité des personnes interrogées nous l'ont bien confirmé.

Par ailleurs, la logique de financiarisation serait à l'origine de l'exclusion médiatique des discours de dénonciation de l'action gouvernementale. Certains journalistes n'hésitent pas à publier purement et simplement des communiqués de presse émanant des services de communication des institutions et/ou des personnalités politiques ou administratives, en les signant cependant de leur nom de journaliste, comme nous l'avons signalé, *supra*. En réalité, il s'agit là d'une posture tacticienne, fondée sur la supposée neutralité du journaliste, qui est elle-même inscrite dans une approche *positiviste* du journalisme, « *où l'on considère que la réalité sociale est une "donnée" qu'il importe de recueillir, ou d'aller chercher, sans l'altérer* » (Delforce, 1996 : 16-17). Cette posture évite au journaliste des prises de position, qui risqueraient d'égratigner l'*image* des acteurs sociaux détenteurs d'un double capital politique et financier, l'objectif affiché étant d'attirer ces publics nantis, d'un côté, et de ne pas les effaroucher, de l'autre (De la Haye, 1985). Et le traitement de l'information fait ici recours aux genres journalistiques comme le reportage et le compte rendu, produisant ainsi les

---

<sup>202</sup> Entretien avec un directeur de publication, réalisé le 11/07/2011, à Brazzaville.

mêmes contenus observables au niveau d'un journalisme imprégné des « *exigences croissantes de l'économie des médias* », à savoir des « *nouvelles factuelles et institutionnelles, aux dépens du journalisme d'idée, de la vie ordinaire, de la culture* » (Cabedoche, 2007 : 346). Comme genres journalistiques, le reportage et le compte rendu renvoient respectivement à un jeu de langage « *"qui met en scène et ne met pas en question", usant d'un vocabulaire "pragmatique, réfractaire à l'abstraction"* », ainsi qu'à une objectivation de la réalité « *marquée par un "évanouissement de l'énonciateur", une ostentation de neutralité que symbolise la dépêche d'agence* » (Neveu, 1993 : 9-10). La supposée neutralité/objectivité journalistique sert ici de monnaie d'échange avec les détenteurs de ce double capital politique et financier, l'effet principal de l'objectivisme en matière d'information médiatique étant de « *faire croire en l'innocence du sujet, qui s'efface devant les faits et les porte simplement à la connaissance d'autrui* » (De la Haye, 1985 : 130).

Pour certains, cette posture professionnelle brouillerait les frontières entre le *journalisme* et la *communication*, car « *"positiver" l'action des pouvoirs* » relèverait plutôt du travail des communicants, les journalistes ayant pour tâche de « *valoriser le sens critique du lecteur* » (Legavre, 2011 : 108). Mais dans la perspective des trois états de « *cuisson* » de l'information préconisés par Yves de la Haye (1985)<sup>203</sup>, cette pratique renvoie plutôt à la production d'une information journalistique, qui serait encore à l'état d'un « *précuit* » se matérialisant « *en dépêches d'agence, problèmes dans l'air du temps, dossiers des attachés de presse, et services de documentation* » (Neveu, 1993 : 10). Cette posture peut se comprendre aussi comme la manifestation locale du paradigme d'un *journalisme de communication* concevant l'information comme un simple emballage, non seulement pour faire vendre d'autres produits industriels, mais aussi et surtout pour susciter et accroître la *notoriété* et le *prestige* des acteurs politiques. Le *paradigme journalistique* est défini ici comme « *une manière spécifique et singulière de concevoir et de pratiquer le journalisme [...] dans un temps et un lieu donnés* » (Brin, Charron, De Bonville (dir.), 2004 : 2 et 19). Plusieurs journalistes, évoluant

---

<sup>203</sup> Selon Yves de la Haye (1985), la construction de l'information médiatique obéit à un processus en trois étapes, qui part du « *cru* », c'est-à-dire de l'expérience brute (inauguration d'une infrastructure routière, organisation d'un meeting politique, explosion d'un dépôt d'armes militaires, etc.), passe par le « *précuit* » ou la « *première cuisson* » (dépêches d'agences, communiqués de presse, publi-reportages, conférence de presse, etc.) et aboutit au « *cuit* » ou la « *deuxième cuisson* » (analyse, commentaire, explication, mise en perspective, etc.). Le traitement de l'information dans le cadre de la logique de financiarisation observée au niveau de la presse congolaise renverrait donc au « *précuit* » (reportages, comptes rendus, publi-reportages, communiqués de presse, etc.), soit le degré un de l'information, puisqu'on n'en resterait encore qu'au niveau de l'exposition des « *faits* », sans commentaire ni analyse, le dernier niveau (le niveau supérieur) de l'information médiatique consistant dans un système général d'explication et de mise en perspective des « *faits* ».

pourtant au sein des organes de presse privés, travaillent parallèlement dans des services administratifs de l'État, ou dans des cabinets des autorités politiques, comme attachés de presse ou agents de communication : « *Certains hommes des médias officient dans des cabinets ministériels ou à la présidence, en qualité d'attachés de presse. De ces lieux, ils prennent des directives pour le traitement des informations* »<sup>204</sup>. On est ici en face des professionnels de la presse cherchant « à produire des événements et des nouvelles "clés en main", aptes à être publiés sous des formes contrôlées par leurs initiateurs » (Neveu, 1993 : 11). Des journaux dits « *de référence* », c'est-à-dire adoptant « un ton sérieux et une écriture sophistiquée », et mettant « en valeur le sérieux et la rigueur des contenus » (Merrill, 2000 : 11), s'inscrivent bien dans cette logique de fonctionnement. C'est le cas des *Dépêches de Brazzaville* et de *La Semaine Africaine*. La seule différence entre ces deux journaux, c'est qu'au niveau de *La Semaine Africaine*, on note tout de même une petite dose de cohabitation entre le « *précut* » et une dimension beaucoup plus réflexive de l'information (points de vue, billets d'humeur, commentaires). Si le « *précut* » est réalisé par des « *professionnels* » internes et/ou externes au journal, la dimension réflexive est par contre apportée par l'intervention d'une « *expertise* » externe. Cette dernière est généralement constituée de contributions d'acteurs politiques, de chercheurs et autres acteurs sociaux appartenant à l'élite intellectuelle : « *On a des collaborateurs extérieurs qui nous proposent des articles. Vous verrez, par exemple, pour les articles en point de vue, on a des collaborateurs qui écrivent : des universitaires, des chercheurs et consorts qui écrivent des papiers et qui nous les proposent* »<sup>205</sup>.

## 8.1.2. Une stratégie de survie socio-économique très aléatoire

### 8.1.2.1. Longévité des journaux liée aux aléas de la vie politique

Cette logique de financiarisation apparaît comme une stratégie très aléatoire de survie socio-économique pour les entreprises de presse. En effet, l'une des conséquences qui résultent de cette logique, c'est la disparition quasi spontanée de journaux congolais. Pour s'assurer une survie socio-économique, certains acteurs médiatiques s'accrochent aux personnalités ou

<sup>204</sup> MFUMU, « La responsabilité sociétale des hommes des médias », in *La Semaine Africaine*, n° 3189 du vendredi 4 mai 2012, p.8.

<sup>205</sup> Entretien avec un membre de l'équipe de rédaction de *La Semaine Africaine*, réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

partis politiques, auxquels ils offrent de larges espaces d'expression et d'exposition dans leurs journaux. Ceci peut aller jusqu'au soutien politique déclaré à travers les colonnes du journal, ou dans bien d'autres lieux. C'est le cas, par exemple, d'un directeur de publication qui, dans une interview publiée sur [www.congopage.com](http://www.congopage.com), déclara ouvertement en 2006 son soutien au président de la République : « *Je suis très courageux, et je ne baisse jamais la garde, surtout au moment où le président de la République a à charge la lourde mission de présider aux destinées de l'Union Africaine. Mon soutien lui est acquis comme il le sait d'ailleurs* »<sup>206</sup>. Cette posture professionnelle renvoie à ce qui est ordinairement appelé « *journalisme alimentaire* » dans le milieu congolais, comme en témoignent ces propos de Bernard Mackiza, coordinateur de l'OCM : « *Le journaliste prête le flanc à la politique, parce qu'il n'y a pas, en réalité, professionnalisme [...]. Et, on fait, de la sorte, ce que vulgairement on appelle le "journalisme alimentaire". C'est dommage que l'on en soit là* »<sup>207</sup>. Économiquement faible et accrochée aux personnalités/partis politiques, la presse congolaise apparaît comme une simple « *création opportuniste du milieu politique, à son usage presque exclusif* » (Perret, 2005 : 12), et ce en déconnexion avec des « *publics ordinaires* ».

Liées aux régimes et/ou aux acteurs politiques, ces publications disparaissent souvent avec la fin de ces régimes. Ainsi, à chaque changement de régime politique, on assiste à la disparition de certains journaux et à la naissance d'autres (qui vont accompagner la nouvelle *tribu politique* arrivée au pouvoir). Aussi, des publications telles que *Le Soleil*, *Le Temps*, *La Colombe*, soutenant respectivement le MCDDI, l'UPADS et le RDPS, avaient-elles disparu de la circulation avec l'éclipse politique des leaders de ces trois partis politiques, sans oublier *Etumba* qui subit le même sort, lorsque le PCT (le parti-État dont il était l'organe de presse pendant le monopartisme) perdit le pouvoir en 1992. Par ailleurs, dans un cadre d'apprentissage au jeu démocratique marqué par des crises politiques armées récurrentes, ce modèle de journalisme (né de la *propagande politique*) peut avoir un effet pervers sur la cohésion nationale, dans la mesure où chaque titre de presse s'identifie à un parti politique dont il défend les idées. Et l'on sait que ces partis politiques fonctionnent comme de véritables *tribus*, c'est-à-dire privilégiant les intérêts de leurs membres au détriment de l'intérêt général. Ce phénomène illustre bien la réalité de la presse africaine francophone des années 1990, tout au moins telle qu'elle est décrite par le journaliste Thierry Perret, c'est-à-

<sup>206</sup> Cf. *Congopage* [en ligne] : [http://www.congopage.com/article3278.html?var\\_recherche=atterrir](http://www.congopage.com/article3278.html?var_recherche=atterrir) (consulté le 19/11/2007)

<sup>207</sup> Cf. MALONGA Viclaire, « La presse n'existe pas encore et les journalistes ne sont pas totalement qualifiés », in *La Semaine Africaine*, n°2389, du 21 novembre 2002.

dire « *un moyen direct de propagande, mais d'une propagande désormais à plusieurs pôles, traduction fidèle d'une vie politique peu sophistiquée où la lutte pour le pouvoir tient lieu de vade-mecum démocratique* » (Perret, 2005 : 12). C'est d'ailleurs dans ce sens que la presse congolaise a été souvent accusée (à tort ou à raison) d'avoir joué un jeu trouble dans les différents conflits politiques armés ayant accompagné le processus de démocratisation dans ce pays.

#### **8.1.2.2. Le risque de marginalisation de la presse par la « nouvelle » critique sociale**

À l'heure où la légitimité de la fonction journalistique serait, partout, confrontée à la concurrence des publics engagés dans les NPCI, la soumission des entreprises de presse à une *gouvernance symbolique* dictée par les acteurs du champ politique ne risque-t-elle pas la désaffection des publics et le renforcement de la marginalisation de la presse ? La pertinence d'une telle interrogation s'appuie sur le fait que la « *blogosphère* » semble s'être emparée du mouvement de la *critique sociale* déjà en cours dans la société congolaise. Cette critique sociale est définie ici comme une logique sociale de la communication, consistant dans une prise de parole frontale et conflictuelle vis-à-vis des institutions établies. Traditionnellement incarnée par la *rumeur* (ou les « *ragots dans la rue* ») et récupérée par la presse dite *irrévérencieuse*, la *critique sociale* est déjà en œuvre dans la « *blogosphère* » congolaise. Or, la soumission des entreprises de presse à une *gouvernance symbolique* tend à maintenir la presse « *traditionnelle* » congolaise dans une posture de révérence à l'égard du « *sujet régnant* » et du « *sujet dirigeant* », c'est-à-dire de la *tribu politique* au pouvoir, à laquelle s'oppose justement le « *sujet dirigé* » et qu'il entend discursivement affronter sans ménagement. Dès lors, pour une entreprise de presse, s'aligner sur la *dépendance politique* signifie tourner le dos à la *critique sociale*, c'est-à-dire aux expressions de la « *masse* », du « *grand nombre* », des « *couches exclues* ». Cette « *masse* », que l'on prétend obéir aux ordres « *dans la résignation* », adopte pourtant une posture de désinvolture et de protestation contre le discours officiel qui lui est servi par la presse dite « *sérieuse* », c'est-à-dire cette presse *révérencieuse* vis-à-vis des détenteurs du double capital politique et financier. Aussi saisit-elle les opportunités qui lui sont aujourd'hui offertes par certains dispositifs techniques d'information et de communication, pour faire entendre son opinion.

Certes nous n'avons pas mené une étude spécifique sur la « *blogosphère* » congolaise, mais les quelques discours relevés à travers certains blobs et sites Web révèlent déjà l'état d'esprit accompagnant l'appropriation publique des TIC au niveau des « *publics ordinaires* » congolais : il s'agit d'une forte tendance de positionnement oppositionnel, voire conflictuel de la catégorie du « *sujet dirigé* » vis-à-vis des catégories du « *sujet régnant* » et du « *sujet dirigeant* ». À ce sujet, *www.congo-site.com*, un portail d'informations générales sur les institutions de la République, s'était momentanément illustré par une publicisation sans exclusive des réactions d'internautes. Bien que l'actualité diffusée par ce portail soit principalement focalisée sur les comptes rendus des activités du « *sujet régnant* » et du « *sujet dirigeant* », les commentaires d'internautes réagissant à cette actualité révèlent plutôt une posture de désinvolture et de protestation contre le discours officiel. Cela apparaît très systématique, dès lors qu'il s'agit d'une information traitant des activités des autorités publiques. C'est le cas, par exemple, de ces deux commentaires d'internautes réagissant respectivement au projet de loi gouvernemental, portant création d'une société immobilière dénommée *Société de promotion immobilière* (SOPRIM), en remplacement de la *Société de promotion et de gestion immobilière* (SOPROGI), et à la signature d'un protocole d'accord entre la mairie de Brazzaville et l'ambassade de Chine au Congo :

Franchement, si on prend les mêmes et on modifie seulement l'appellation, qu'est-ce que cela change ? A la SOPROGI, on est payé à ne rien faire. Je doute fort que cela puisse être autrement avec la SOPRIM. Dans notre pays, c'est la DGGT (Délégation Générale des Grands Travaux) qui tire toutes les ficelles de la construction, l'habitat et les TP, comme si le ministère de la construction n'existait pas. Alors la SOPRIM, pour quoi faire ? Les congolais [sic] sont encore loin, très loin, de bénéficier d'un logement décent. Qu'on se le dise<sup>208</sup>.

Ehhh, en fait je me demande quel est le rôle [sic] de ce maire de Brazzaville ?? [sic] Et s'il y'a quelque chose que les brazzavillois [sic] peuvent crier haut et fort qu'ils sont fiers de leur maire des réalisations [sic] que ce dernier a pu faire !! Ce poste de maire de Brazza me semble désormais [sic] inutile [sic], et l'occupant ne représente [sic] qu'un trou d'évasion [sic] des fonds inutilement [sic]... depuis que les villes se modernisent sous l'ombre de la MUNICIPALISATION ACCELEREE.... J'espère [sic] que mon commentaire ne sera pas barre [sic]...<sup>209</sup>

---

<sup>208</sup> Cf. *Congo-Site.com* [en ligne] : [http://www.congo-site.com/notes/La-SOPROGI-dissoute-au-profit-de-la-SOPRIM\\_b3494659.html](http://www.congo-site.com/notes/La-SOPROGI-dissoute-au-profit-de-la-SOPRIM_b3494659.html) (Consulté le 02/12/2011).

<sup>209</sup> Cf. *Congo-Site.com* [en ligne] : [http://www.congo-site.com/La-mairie-de-Brazzaville-et-l-ambassade-de-Chine-au-Congo-echangent-des-terrains\\_a11154.html](http://www.congo-site.com/La-mairie-de-Brazzaville-et-l-ambassade-de-Chine-au-Congo-echangent-des-terrains_a11154.html) (consulté le 02/12/2011).



Ce type de discours constitue une « *expression sociale du mécontentement* » et témoigne ainsi de la discordance entre l'action publique, qui est ici critiquée, et les attentes réelles des citoyens, censés être bénéficiaires de cette action, comme l'a observé Fabien Granjon pour le cas de la société française (Granjon, 2001). Internet devient un support de publicisation des discours protestataires vis-à-vis de l'action publique. On le voit d'ailleurs avec l'émergence de nombreux blogs et sites Web, animés par certains Congolais de la diaspora et se caractérisant par une posture oppositionnelle à l'égard des institutions en place. Dès lors, Internet apparaît comme un support de visibilité de l'« *expression sociale du mécontentement* », une visibilité que ne peut permettre la presse « *traditionnelle* », particulièrement celle dite « *sérieuse* », dans la mesure où cette dernière se refuse d'être un relai des discours non officiels, par la pratique d'une double autocensure discursive et technologique. Le journal *Le Patriote*, par exemple, a bien intégré le dispositif de commentaires sur son site Internet, mais la rédaction se refuse à publier les réactions d'internautes, se contentant simplement d'en prendre connaissance au niveau interne. Même au niveau du portail *www.congo-site.com*, nous avons constaté la suppression de ce dispositif de commentaires depuis le mois de mai 2012 : les internautes n'ont plus la possibilité de réagir, et les anciennes réactions ne sont plus accessibles sur le portail. Cette double autocensure peut induire une marginalisation de la presse, qui s'enfermerait ainsi dans des logiques « *traditionnelles* » de diffusion basées sur une collecte et un traitement de l'information, exclusivement orientés vers la visibilité et l'honorabilité de l'élite politique au pouvoir.

## **8.2. Médiatisation de la *critique sociale* contre mépris de la part des pouvoirs publics**

L'élite politique au pouvoir n'apprécie pas la discordance discursive, c'est-à-dire la critique. Et cela s'observe à tous les niveaux, politique ou religieux, comme nous l'a précisé l'équipe de rédaction du journal *Le Chemin* qui, par ailleurs, considère que « *l'Église constitue aussi un pouvoir puisqu'elle prend aussi des décisions qu'elle fait appliquer aux membres de la communauté* »<sup>210</sup>. Et devant certains « *fidèles conservateurs* », qui « *n'acceptent pas que le journal expose dans ses colonnes les maux ou les problèmes dont souffrent l'Église* », la rédaction de ce journal affirme avoir développé « *le concept de la "solidarité critique"* » vis-

---

<sup>210</sup> Extrait des réponses écrites à notre questionnaire, plus précisément à la question : « Comment définissez-vous la ligne éditoriale de votre journal ? ».

à-vis de sa tutelle, en critiquant l'action de ses dirigeants mais tout en s'efforçant de veiller à l'unité de l'Église dont elle dépend : « *On ne veut pas non plus tuer l'Église, mais il y a une dose de critique qui est là, qui est assez limitée, qui est assez bien tournée* »<sup>211</sup>. C'est ainsi que le journal entend renforcer son lien avec ses publics, qui seraient généralement très curieux d'en savoir un peu plus sur les institutions, quelles qu'elles soient, à l'instar de ce que certains observateurs avisés ont pu déjà observer, au-delà du Congo (Cabedoche, 1990).

Or, les institutions sont caractérisées ici par la rétention de l'information, comme nous l'avons déjà évoqué. Ce qui fait que ce sont les « *discours alternatifs* » aux discours officiels qui sont censés être porteurs de la « *vérité* » sur les institutions. D'où l'engouement supposé<sup>212</sup> des publics pour ces « *discours alternatifs* », c'est-à-dire ceux portés non seulement par le « *sujet dirigé* » (« *publics ordinaires* »), mais aussi par le « *sujet dirigeant* » (« *publics sources* ») qui, ce dernier, le fait par des voies non officielles, c'est-à-dire en usant de l'anonymat et en s'adressant même aux journaux dits « *irrévérencieux* » : « *Au fur et à mesure qu'on avance, il y a comme une conscience citoyenne, c'est-à-dire il y a des gens qui sont dans l'administration publique – peut-être c'est des hauts cadres aussi – mais qui se plaignent un peu du mauvais fonctionnement, de la mégestion de l'État, et donc qui ont aussi quelque chose à dire mais souvent qui requièrent l'anonymat* »<sup>213</sup>. On mobilise donc la rumeur comme mode de communication alternatif à la communication officielle. Ce qui fait qu'au niveau de certaines entreprises de presse congolaises, la rumeur apparaît comme une stratégie de positionnement et de distinction dans un marché fortement concurrentiel ; elle se présente ici comme une alerte à une information qui, jusque-là, est officiellement tenue secrète par des « *sources officielles* » : « [...] *parce que souvent chez nous, c'est la rumeur qui précède. L'information peut être vraie, mais elle est donnée sous forme de rumeur* »<sup>214</sup>. Ici, la rumeur n'apparaît pas comme une information fausse ; elle est plutôt une information portée par des « *sources officielles* », mais avec des procédés communicationnels non officiels. Autant dire que dans la société congolaise, la *critique sociale* n'est pas seulement le fait des citoyens ordinaires, mais aussi d'une catégorie de l'élite s'exprimant par des voies détournées (l'anonymat) et paradoxalement accrochée à ses strapontins. Et les journalistes, relayant

---

<sup>211</sup> Entretien avec un membre de l'équipe de rédaction du *Chemin*, réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

<sup>212</sup> Nous n'avons pas en effet mené une enquête spécifique sur les publics, pour être en mesure de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse d'engouement des publics congolais pour les discours dits « *alternatifs* », comme nous l'avons signalé dans l'introduction générale. Mais notre observation de quelques sites Web et blogs congolais révèle déjà l'existence de tels discours dans ces espaces numériques.

<sup>213</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>214</sup> *Id.*

médiatiquement cette critique sociale, adoptent la même tactique d'anonymat, pour échapper à d'éventuelles menaces (mais peut-être aussi pour préserver leurs propres chances pour un éventuel futur positionnement quelconque dans le champ politique ou administratif) : « *On vient demander si le journaliste est là. Mais, malheureusement, comme c'est dans l'anonymat, on dit qu'il n'est pas là, puisque la plupart des gens ne nous connaissent pas* »<sup>215</sup>.

Dans cette perspective, ce ne sont non plus seulement les discours officiels qui intéressent l'entreprise de presse, mais aussi les discours officieux, c'est-à-dire ceux portés aussi bien par des « *publics ordinaires* » que par une catégorie de « *publics sources* » se détournant volontairement de ces voies d'expression conventionnelles. C'est cette logique qui semble présider à la collecte et au traitement de l'information au niveau du *Chemin*, comme nous l'a précisé un membre de la direction :

En ce qui est des sources, nous ne pouvons pas aussi oublier les fidèles de notre Église. Parce que, en ce qui concerne d'abord les nouvelles au sein de l'Église, il y a des fidèles qui aimeraient que les choses changent aussi, et qui aimeraient également qu'on dénonce certains comportements qu'on enregistre au sein de l'Église. Bon, il y en a qui prennent le courage, comme il l'a dit, de nous écrire, et puis nous publions<sup>216</sup>.

Les fidèles constituent ici la base, c'est-à-dire le « *sujet dirigé* » dans l'exercice du pouvoir au niveau de l'Église évangélique du Congo. Comme ce journal entend fonder son *identité discursive* autour des questions essentiellement liées à l'articulation entre la foi chrétienne et l'engagement citoyen (civique), la publicisation des discours relevant de la *critique sociale* participerait donc d'une stratégie de renforcement de sa légitimité auprès de ses publics. Mais la mobilisation d'une telle stratégie suppose une réelle autonomie financière et une indépendance du titre de presse vis-à-vis du champ politique et de sa propre hiérarchie ecclésiale, pour ne pas sombrer dans la précarité, voire disparaître tout simplement. On comprend bien pourquoi *Le Chemin*, qui semble mobiliser cette stratégie, dit avoir prioritairement orienté son contenu sur les activités de l'Église protestante (60%) et les sujets de société (40%), abordant très rarement des sujets purement politiques. Et il semble bien se tirer d'affaire, puisqu'il parvient à assurer ses ventes convenablement : il réalise même quelques petits bénéfices. Par ailleurs, ne bénéficiant d'aucun financement de sa tutelle,

---

<sup>215</sup> Entretien avec un journaliste de *Talassa*, réalisé le 28/07/2011, à Brazzaville.

<sup>216</sup> Entretien réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

l'entreprise a diversifié ses activités afin de pouvoir s'autofinancer, notamment avec la mise en place d'une imprimerie et d'une microédition (cartes de visite, de mariage, de vœux, etc.). Il y a certes d'autres journaux qui ont également diversifié leurs activités. C'est le cas des *Dépêches de Brazzaville* qui possède aussi une imprimerie, des librairies, des galeries d'objets d'art et une agence d'information en ligne (*Agence d'Information d'Afrique centrale* - ADIAC). Mais pour *Le Chemin*, il s'agit bien d'une tactique de contournement de la dépendance politique et ecclésiale, d'autant plus que l'équipe du journal dit avoir opté pour une « "distance critique" à l'égard du gouvernement et de tout pouvoir »<sup>217</sup>.

La conséquence de cette posture se traduit, entre autres, par une marginalisation dont il ferait l'objet de la part non pas des « *publics ordinaires* », mais des « *publics sources* » officiels, notamment des acteurs de l'action gouvernementale : « *Lorsqu'ils* [les membres du gouvernement] *ont une information à faire passer [...], jamais on nous* [sic] *a associés [...]. Mais ils invitent un certain nombre de journaux qui doivent servir de relai à ce qu'ils vont dire, parce que nous, si nous y allons, nous aurons notre regard à nous qui ne va pas leur plaire. Eux, ils n'aiment pas le son discordant* »<sup>218</sup>. Les entreprises de presse se trouvent ainsi dans un dilemme : soit elles accordent la parole exclusivement à l'élite au pouvoir et risquent la marginalisation par les « *publics ordinaires* », soit elles associent la parole de l'élite à celle des « *publics ordinaires* » et risquent alors la marginalisation par l'élite au pouvoir, cette dernière option pouvant conduire à l'asphyxie financière, voire la disparition pure et simple. La cohabitation de ces deux types de paroles semble donc difficile, voire risquée au niveau de la presse congolaise, et ce à cause de ce *tribalisme politique* régnant dans le champ politique et ne permettant pas la contradiction et la diversité d'opinions. Ce qui fait que toute *tribu politique* qui réussit à contrôler l'État a tendance à entretenir une relation de domination vis-à-vis des autres citoyens, cherchant ainsi à se placer dans une situation de monopole de la pensée socioculturelle et politique. Elle se présente alors comme un cadre de référence dans toute définition de l'expérience sociale collective. Ce qui rend difficile la mobilisation par les entreprises de presse congolaises de la *stratégie de capitalisation* des NPCI.

---

<sup>217</sup> Extrait des réponses écrites à notre questionnaire, plus précisément à la question : « Comment définissez-vous la ligne éditoriale de votre journal ? ».

<sup>218</sup> Entretien avec l'équipe de rédaction du *Chemin*, réalisé le 26/07/2011, à Brazzaville.

## ***Conclusion partielle***

L'objectif de cette deuxième partie était d'essayer d'appréhender les usages des TIC, particulièrement d'Internet au niveau de la presse écrite congolaise, à travers les différentes logiques sociales et les stratégies d'acteurs qui structurent ces usages, afin de cerner les modes d'organisation entrepreneuriale et l'évolution des pratiques professionnelles qu'ils induisent. Notre analyse a dévoilé des stratégies d'acteurs et des logiques sociales d'appropriation professionnelle des TIC, structurées par des réalités sociopolitiques et économiques locales. Se cristallisant autour de la dominance du champ de l'action politique par rapport à tous les autres champs sociaux, spécialement des champs médiatique et économique, ces logiques révèlent une appropriation des TIC, où Internet apparaît plutôt comme un simple support de diffusion d'un contenu traditionnellement centré sur le texte et l'image fixe, que comme nouveau mode d'écriture de l'actualité ; ce qui ne semble pas affecter la hiérarchisation traditionnelle des tâches rédactionnelles observées au niveau de la presse occidentale, par exemple, puisque la mise en ligne du contenu est généralement assurée par des webmasters souvent externes à l'entreprise (externalisation des tâches), ou embauchés uniquement pour cette tâche. Par ailleurs, si au niveau de la presse occidentale, l'appropriation professionnelle des TIC a renforcé le caractère aléatoire des frontières entre le service technique et celui de la rédaction proprement dite, il n'en est rien (tout au moins à l'état actuel) dans la presse congolaise, où le problème de la porosité des frontières professionnelles s'observe plutôt en termes de confusion des genres, entre les services de communication et la pratique du journalisme comme tel.

Toutefois, ce constat ne peut occulter le changement apporté par l'introduction d'Internet dans la presse écrite congolaise. Ce changement s'observe essentiellement autour d'une logique combinatoire, consistant dans la réorganisation de l'ancien modèle par l'association d'un nouveau mode de diffusion et d'élargissement de l'audience accompagné par Internet. C'est à ce niveau que l'appropriation d'Internet se fait beaucoup plus visible dans les titres de presse. Par contre, une logique de génération, qui consisterait en la réorganisation de l'ancien modèle par l'association de nouveaux modes d'écriture et de dialogue avec les publics sous l'accompagnement d'Internet, est complètement inexistante. Et cela se traduit, entre autres, par le manque d'intégration des dispositifs socio-numériques d'interactivité dans les sites Internet des journaux, contrairement à ce que l'on pourrait observer au niveau des journaux

occidentaux. Ce mode d'appropriation d'Internet renvoie donc à la problématique de la socialisation et de la domestication de la technique, dans la mesure où l'appropriation de la technique est toujours sujette à la culture locale (Kiyindou, 2010). Et c'est là que réside la pertinence de la mobilisation de la notion d'*ancrage social des techniques*.

Par ailleurs, si le manque d'appropriation des fonctionnalités d'Internet, liées au mode d'écriture, peut se justifier par la précarité financière des entreprises de presse, le rejet des autres fonctionnalités relatives au mode d'interaction avec les publics (blogs, *chat*, commentaires, réseaux socio-numériques, etc.) est, quant à lui, justifié, aussi bien par l'« *anarchie* » des échanges sur Internet, que par la cacophonie discursive générée par le *participatif* (Pynson, 2011). Un paysage médiatique sous contrôle d'une élite politique soucieuse de sa bonne *image* ne peut en aucun cas s'accommoder des dispositifs socio-numériques, marqués par une forte tendance à l'« *anarchie* » des échanges et à la cacophonie discursive des « *publics ordinaires* », une tendance qui traduit ici l'expression de la « *nouvelle critique sociale* » (Granjon, 2001). Toutefois, notre analyse dégage deux logiques sociales de la communication, qui traversent profondément la presse congolaise et orientent ainsi l'appropriation professionnelle des TIC à ce niveau. Nous avons, d'une part, une logique de *communication révérencieuse* marquée par une déférence de la presse à l'égard des acteurs de l'action politique, et d'autre part, une logique de *communication irrévérencieuse* se manifestant par une défiance de la presse vis-à-vis de ces mêmes acteurs de l'action politique. Ce qui donne lieu à deux catégories principales de presse : celle dite « *sérieuse* » parce que prudente et respectueuse des institutions établies, particulièrement des institutions gouvernementales, et celle dite « *non sérieuse* » ou « *perverse* », parce que frondeuse à souhait et oppositionnelle vis-à-vis de ces institutions. Ici, les stratégies des acteurs politiques sont principalement orientées vers le contrôle politique et financier de journaux, alors que les tactiques des professionnels de la presse consistent à la fois dans des opérations de charme vis-à-vis des acteurs politiques (en adoptant des postures de *connivence* avec le milieu politique) et dans des tentatives de soustraction à ce contrôle (en brandissant le spectre de l'idéal de démocratie de masse sous lequel serait fondée leur légitimité professionnelle). Alors que les journaux s'inscrivant dans la première logique se montrent assez réservés et très prudents vis-à-vis de la « *blogosphère* », ceux qui se reconnaissent dans la deuxième logique sont plutôt prêts à ratisser large sur la « *blogosphère* ».

Enfin, économiquement démunis et politiquement soumis à une sorte de *gouvernance symbolique*, dans laquelle ils sont invités à convertir le *capital financier* (informellement investi par des acteurs politiques) en *capital symbolique* (Bourdieu, 2000) pour les acteurs de l'action gouvernementale, les journaux congolais dits « *sérieux* » évitent soigneusement de s'inscrire dans cette idéologie de la *critique sociale* soutenue par Internet. Les journaux dits « *non sérieux* », et voulant se démarquer des autres par une attitude plus réfractaire et agressive vis-à-vis des acteurs de l'action gouvernementale, sont simplement marginalisés par ces acteurs, qui les soumettent à des pressions politiques, réglementaires et financières. Et c'est dans cette catégorie de presse que l'on retrouve généralement la plus grande précarité financière qui, par ailleurs, vient accentuer la « *fracture numérique* » au sein même de la profession, le manque de moyens financiers empêchant aussi bien l'acquisition d'équipements technologiques que la formation du personnel à la maîtrise des dispositifs techniques. Ce qui fait qu'Internet apparaît ici comme une technologie politiquement et financièrement discriminatoire.

## Conclusion générale

Refusant de nous enfermer dans le carcan diffusionniste des techniques et son corollaire d'approche technocentriste du développement, nous avons orienté notre analyse sur la relation « *presse-publics* », en la circonscrivant dans les procès de collecte et de traitement de l'information de presse. Cette perspective d'analyse nous a permis de mettre en lumière l'existence d'une presse évoluant sous la double contrainte de la *dépendance politique* et de la *critique sociale*. Au terme de cette analyse, l'émergence des TIC et le développement des entreprises de presse écrite se révèlent comme deux perspectives, qui paraissent encore inconciliables dans le contexte congolais actuel, marqué par une forte tendance au monolithisme politique. Lier le développement de la presse congolaise à celui des TIC suppose en effet une reconfiguration profonde de la relation « *presse-publics* », en passant du statut de publics indifférenciés et/ou ignorés à celui de publics différenciés et/ou reconnus, en vue d'une diversification des contenus que nous considérons comme un facteur déterminant dans le développement de toute entreprise de presse. La politique de développement des TIC, dans laquelle se sont engagés les pouvoirs publics congolais, s'accompagne de l'émergence de la *critique sociale* soutenue par Internet, les potentialités de ce dispositif technique offrant une alternative communicationnelle aux publics exclus du circuit médiatique « *traditionnel* ». Ainsi, le développement des TIC dans la société congolaise et leur appropriation publique risquent de renforcer autant la précarité financière que la désaffection des publics, vis-à-vis des journaux, dont les *identités discursives* oscillent délicatement entre *propagande politique* et *critique sociale*.

Les TIC étant porteuses de valeurs sociétales liées à l'égalité, à la liberté d'expression, au pluralisme d'opinions, à la tolérance et à l'esprit d'ouverture (Kiyindou, 2010), promouvoir leur développement sans pourtant garantir ces valeurs, c'est contribuer à la marginalisation de la presse qui y fonderait toute sa légitimité professionnelle. En fait, ces valeurs ont trait à la démocratie, qui est un « *régime dans lequel tous les citoyens possèdent à l'égard du pouvoir un droit de participation (vote) et un droit de contestation (liberté d'opposition)* » (Kiyindou, 2010 : 117). Or, le « *droit de protestation* » ne semble pas être admis au niveau des *tribus politiques* congolaises, qui interfèrent sur l'orientation éditoriale de la presse et font de la société congolaise un pays où « *la critique sociale [...] s'est émoussée, au profit d'une visée générale, d'un consensus dur et rigide idéologiquement voulu et socialement imposé par une*



*classe politique qui a déserté le champ véritable de l'espace public, pour basculer dans la dévotion et la patrimonialisation du pouvoir politique* »<sup>219</sup>. L'analyse des discours de promotion des TIC, en cours dans la société congolaise, révèle en effet un paradoxe assez saisissant : les acteurs sociaux semblent promouvoir une idéologie technologiste porteuse des valeurs sociétales (liberté d'expression, diversité d'opinions, etc.) auxquelles les acteurs du champ politique restent pourtant réfractaires. La « *société de l'information* », se présentant comme le cadre théorique de cette dynamique de développement des TIC, ne saurait ainsi être un facteur de développement de la presse congolaise, tant qu'il n'y aura pas une volonté politique de libéralisation de la parole, volonté qui se traduirait par une démonopolisation de la relation « *presse-publics* » par l'élite politique et un élargissement de l'espace médiatique à toutes les couches sociales. Et ce n'est pas Internet en tant que dispositif technique qui pourrait réaliser un tel mouvement de libéralisation de la parole. Des recherches sérieuses sur le « *Printemps arabe* » démontrent d'ailleurs que, « *loin d'être le résultat de la prétendue force libératrice des réseaux socio-numériques* », les bouleversements sociopolitiques intervenus dans le monde arabe à partir de décembre 2010 sont d'abord et surtout l'aboutissement de mobilisations sociales que le Web 2.0 (*Facebook, Twitter*, etc.) n'avait fait qu'accompagner (Ferjani, Mattelart T., 2011 ; Cabedoche, 2012). La *Révolution tunisienne*, par exemple, serait l'aboutissement d'une révolte sociale survenue dans le sud-ouest tunisien au printemps 2008. Émergée sur fond d'indignation contre l'injustice sociale, cette révolte avait d'abord trouvé sa première visibilité publique à travers une chaîne de télévision dissidente avant qu'elle ne soit publicisée sur le Web 2.0 (*YouTube, Dailymotion, Vimeo, Wat TV, Metacafé*, mais aussi *Flickr* et même *Skype*, puis *Facebook*)<sup>220</sup>. La libération de la parole relève avant tout de la volonté des hommes, et la mobilisation d'Internet n'est qu'un moyen (parmi tant d'autres) susceptible de soutenir cette volonté d'action.

De toutes façons, les acteurs industriels en matière des TIC sont principalement marqués par « *l'idéologie californienne, un attelage hétéroclite qui a vu le jour dans la Silicon Valley et qui combine le libéralisme politique et économique à la culture d'ingénieur* » (Smyrnaio, Rebillard, 211). Le développement, censé être promu par les TIC, ne peut alors s'opérer que dans un cadre de libéralisme politique et économique, puisque la promotion des TIC s'est

---

<sup>219</sup> SAMANOU Abbé Benjamin, « Les trois grandes leçons de l'histoire à retenir du drame de Mpila », in *La Semaine Africaine*, n° 3200, du vendredi 15 juin 2012, p.15.

<sup>220</sup> FERJANI, Riadh, MEKKI, Thameur, « Révolution et contre-révolution en Tunisie : le virtuel miroir du réel », in *Médias* [en ligne] : <http://www.revue-medias.com/revolution-et-contre-revolution-en,775.html> (consulté le 29/06/2012).

elle-même inscrite dans une vision idéaliste, prédisant la convergence de toutes les organisations sociales vers un modèle sociétal unique (planétaire), fondé sur ce double libéralisme politique et économique (Fukuyama, 1993). C'est une vision qui, du reste, sonne comme une instrumentalisation technologiste de la pensée hégélienne, faisant de la « *société de l'information* » la fin ultime de toutes formes d'organisations sociales, tout comme Hegel envisageait la réalisation plénière de la *Raison* comme l'aboutissement de l'histoire de tous les peuples (Hegel, 2004). C'est ce qui explique, d'ailleurs, la déréglementation observée au niveau des services des télécommunications dans tous les pays, et particulièrement au Congo où l'État s'est dessaisi de son monopole d'antan, en libéralisant le secteur des télécommunications qu'il a ouvert à la concurrence des opérateurs internationaux. Au libéralisme économique devra donc correspondre un libéralisme politique, c'est-à-dire la « *démocratie des masses* », pour espérer voir les TIC contribuer au développement de la presse. Ceci apparaît d'autant plus évident que l'appropriation publique des TIC s'est accompagnée (dans les sociétés occidentales où elles sont nées) d'un positionnement concurrentiel des publics vis-à-vis « *des médias établis* », blogs, réseaux socio-numériques et *wiki*, ayant permis à tout citoyen de « *passer du statut de simple récepteur à celui d'émetteur-récepteur* » (Sonnac, 2009 : 22). C'est là d'ailleurs la thèse centrale de Tim O'Reilly, le père du Web 2.0, qui faisait reposer le salut d'Internet (et des industries de la culture, plus largement) « *sur un modèle "participatif" où l'utilisateur, de simple consommateur, se mue en un véritable "générateur de contenus"* » (Bouquillion, Matthews, 2010 : 5-6). L'utilisateur, ou le « *public ordinaire* », devient acteur, créateur de contenus médiatiques, et participe ainsi à l'émergence d'une nouvelle « *culture participative* » s'exprimant à travers les diverses potentialités d'Internet.

Ce qui est important à souligner ici, c'est moins la valorisation du public-utilisateur en tant que tel, que la mise à contribution de sa créativité dans la valorisation du capitalisme économique. Car, comme le précisent Philippe Bouquillion et Jacob T. Matthews (2010), les discours relatifs au Web 2.0 s'inscrivent dans un vaste mouvement de promotion, aussi bien des industries de la culture et de la communication, que des TIC et leur insertion économique et sociale. Il s'agit ici de ce procès inhérent au capitalisme, qui se résume dans la nécessité pour la sphère marchande de trouver sans cesse de nouveaux espaces de valorisation des capitaux (Bouquillion, 2008), comme nous l'avons relevé dans la première partie de notre recherche. Ces discours consistent ici dans la production des représentations, mettant en valeur les bienfaits du capitalisme, dans sa double dimension économique et sociopolitique. Et la

présentation du Web 2.0 comme « *symbole de l'activisme et de la liberté de l'utilisateur* », symbole qui « *permettrait de "libérer" la culture de son insertion industrielle et capitaliste* », ne serait que l'« *une des façons de promouvoir le capitalisme* » (Bouquillion, Matthews, 2010 : 10). Pour Alexandre Coutant, « *ces discours de promotion trouvent davantage leur source dans la volonté de promouvoir une économie numérique en berne suite à l'éclatement de la bulle Internet que dans le souci de décrire l'impact réel de ce support de communication* » (Coutant, 2012 : 21). C'est dire que la valorisation du capital passe ici par la valorisation de la créativité du public-utilisateur. À ce sujet, on constate malheureusement une forte dénégation du statut de public « *émetteur-récepteur* », au niveau des professionnels de la presse congolaise dite « *sérieuse* ». Ces professionnels ne voient dans les NPCI ni une concurrence, ni une menace de marginalisation de la presse « *traditionnelle* ». Fondant en effet leur légitimité professionnelle aussi bien sur leur formation que sur les règles éthiques et déontologiques de la corporation, ces journalistes considèrent la « *blogosphère* » comme un phénomène marginal.

Vue sous cet angle, la « *blogosphère* » ne saurait en aucun cas ni inquiéter, ni remplacer la presse « *traditionnelle* » qui, aux yeux des journalistes, a « *sa culture, ses lois, ses règles, ses exigences également, et [...] ses contraintes* »<sup>221</sup>, comme nous l'a confié un journaliste de *La Semaine Africaine*. Ce dernier a tout de même précisé que les animateurs de la « *blogosphère* » « *ne sont pas des concurrents, mais des gens qui apportent un peu plus ou une sorte de plus-value à la presse traditionnelle, notamment en matière d'idées, en matière de façon de voir* »<sup>222</sup>. Quoique reconnus comme de probables agitateurs d'idées ou de nouveaux questionnements, les animateurs de la « *blogosphère* » ne sont pas admis ici au sommet des « *pairs* » ou « *confrères* ». Pis, ils semblent même exclus du sommet des « *sources* », comme en témoignent ces propos d'un secrétaire général de rédaction : « *J'ai lu une telle information [sur la toile], je peux chercher à creuser pour en faire maintenant une information vérifiée par la maison et que je peux prendre en ligne de compte et mettre dans le journal. À ce moment, ce n'est pas la toile qui devient la source ; la toile m'a juste boosté, ça m'a permis d'aller vers l'information que moi-même j'ai eu l'occasion de vérifier* »<sup>223</sup>. À ce niveau, ce sont principalement les sources dites « *officielles* » qui font l'information. Ainsi, aucun fait, aucune parole ne peut être considérée comme une information tant qu'elle

<sup>221</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

<sup>222</sup> Entretien réalisé le 08/07/2011, à Brazzaville.

<sup>223</sup> Entretien réalisé le 18/07/2011, à Brazzaville.

n'émane pas des sources officielles. Sans « *l'estampille* » des « *sources officielles* », on reste encore au niveau de la *rumeur*, qui apparaît effectivement comme « *la caractéristique principale des contenus du web* », par le simple fait que « *la plupart des journalistes improvisés n'ont ni la méthode, ni le recul nécessaire* » (Kiyindou, 2010 : 121). Et le journaliste « *professionnel* » se démarque ici de « *l'amateur* » du Web, en se définissant comme celui qui cherche l'information, la réfléchit et la hiérarchise (Augey, Rebillard, 2009). Car si « *tout le monde peut mettre n'importe quoi sur Internet et y accéder, il faut bien que le public puisse distinguer rapidement l'information labellisée par des professionnels, les journalistes de l'information, de celle produite et distribuée par tous ceux qui ont un accès à Internet* » (Wolton, 2003 : 14). L'information issue des pratiques d'*amateurs* (Ruellan, 2007) via Internet (mails, blogs, réseaux socio-numériques, etc.) apparaît simplement comme un point de départ du travail du journaliste professionnel, qui ne peut se passer du recoupement avec les sources humaines (Aubert, 2011b). Autant dire que pour les « *gardiens du temple* », l'information de presse reste fondamentalement liée à la déontologie du métier de journaliste, c'est-à-dire à « *un ensemble de prescriptions qui définissent la place des uns et des autres qui ont affaire avec le journalisme* » (Ruellan, 2011 : 20), se démarquant ainsi de « *toutes les autres informations produites par les acteurs de la société où la dimension de conviction, ou d'intérêt, l'emporte sur la déontologie de l'information-presse* » (Wolton, 2003 : 15). L'analyse de Bertrand Cabedoche sur la supposée contribution d'Internet dans l'amélioration du contenu des médias transnationaux y apporte un éclairage plus saisissant : « *Internet n'y change rien, favorisant pareillement l'accès aux cultures les plus présentes sur le réseau et n'offrant le pouvoir de production qu'à quelques internautes* » (Cabedoche, 2007 : 345). Même dans des pays dits « *développés* », des recherches montrent que « *les sites d'expression citoyenne donnent finalement la parole aux mêmes élites y ayant déjà accès dans les médias classiques* » (Coutant, 2012 : 21), « *le "journalisme citoyen" et la "participation" des internautes* » n'étant par ailleurs perçus que comme une stratégie de réaffirmation de l'autorité du « *monde professionnel* » ((Ruellan, 2011 : 210) sur les publications d'*amateurs*.

Ce qui précède montre toutes les limites de la prétendue démocratisation de la fonction journalistique, qui serait en œuvre à travers les dispositifs socio-numériques de participation publique mobilisés par les « *médias établis* ». Il faut signaler que l'idée d'une éventuelle démocratisation de la fonction journalistique par l'usage d'Internet est liée à la problématique de la contribution des TIC dans la participation politique des citoyens. Cette problématique avait en effet été débattue dans les années 1990, lorsque des études sur Internet avaient

commencé à dessiner les différentes configurations de la contribution d'Internet à la démocratie, avec des perspectives tout à fait optimistes. Certains auteurs, comme Howard Rheingold (1995) et Wayne Rash (1997), affirmaient déjà qu'Internet serait d'un atout indéniable dans le renouveau de la démocratie, notamment grâce à l'instantanéité et à l'interactivité de la communication que ce dispositif technique peut instaurer entre les citoyens et les décideurs politiques. Parce que favorisant une communication dialogique, Internet allait donc favoriser l'émergence de nouveaux espaces de débat, de pression et d'influence dans les différents processus de définition des politiques publiques et de prise de décisions. Mais de nombreuses études, réalisées ultérieurement sur Internet et la démocratie, tendent toutes à relativiser l'apport d'Internet, dans l'amélioration du débat démocratique et le renforcement de la proximité des citoyens avec les décideurs politiques. En effet, loin de se substituer aux traditionnelles relations interpersonnelles, les relations virtuelles soutenues par Internet tendent simplement à élargir les échanges « *traditionnels* » et à intensifier ainsi les interactions sociales (Wellman, Haythornthwaite (dirs.), 2002), celles-ci obéissant à des logiques sociales et à des stratégies d'acteurs diverses. Les travaux de Matthew Hindman, par exemple, ont remis en cause ce « *mythe de la démocratie numérique* », en démontrant que « *les croyances selon lesquelles Internet est en train de démocratiser la politique sont simplement fausses* » parce que la « *politique en ligne* » reste avant tout une « *politique comme d'ordinaire* »<sup>224</sup> (Hindman, 2009 : 3 et 5). La contribution des TIC dans la démocratisation des pratiques sociales dépend ainsi d'une convergence réelle entre les performances des dispositifs techniques et les aspirations humaines (Arterton, 2012), car « *l'évolution d'une technologie dépend de son interaction avec l'activité humaine dans des circonstances économiques, sociales, politiques et culturelles spécifiques* »<sup>225</sup> (Shane, 2004 : xii). Cette contribution ne saurait résulter d'une simple automatisation des pratiques sociales, qui serait uniquement liée aux potentialités des dispositifs techniques, sans prise en compte des logiques sociales et des stratégies d'acteurs.

Bref, les partisans de la logique de *communication révérencieuse* estiment que la « *blogosphère* » ne peut constituer ni une concurrence, ni une menace pour les entreprises de presse, dès lors qu'elle est professionnellement écartée du sommet des « *pairs* » et de celui des « *sources* ». Alors que sous d'autres cieux « *les médias traditionnels ont vu dans Internet une opportunité, voire une menace les conduisant à s'y diversifier sous des formes variées* »

---

<sup>224</sup> Traduit de l'anglais par nos propres soins.

<sup>225</sup> Traduit de l'anglais par nos propres soins.

(Charon, 2011 : 19), les titres de presse congolais dits « *sérieux* » n'y voient encore qu'un simple espace d'alerte aux sujets pouvant intéresser (ou pas) les journalistes, l'essentiel de la menace provenant ici des sources dites « *officielles* », dont ils tirent autant leur légitimité professionnelle que leur propre survie socio-économique. La coopération des professionnels de la presse avec les « *publics sources* » officiels induit ici une relation d'indifférence, voire d'exclusion avec les « *publics ordinaires* » s'exprimant à travers la « *blogosphère* ». Aucun *contrat participatif* (Aubert, 2011b) n'est donc proposé à ce niveau, alors qu'en d'autres lieux, on parle de la mise en œuvre des *stratégies de coopération*, que nous appelons ici la *stratégie de capitalisation* des NPCI. D'où l'absence de nouveaux services multimédia destinés à recevoir des témoignages en vue de leur exploitation possible par la rédaction, comme c'est déjà le cas pour la presse française, par exemple (Aubert, 2011b).

L'introduction d'Internet dans les entreprises de presse congolaises ne s'est pas en effet accompagnée d'une création de nouveaux services. Aucun journal interrogé ne dispose d'un service multimédia dédié à la diffusion en ligne. Ce qui exclut tout « *développement d'une éventuelle "coréalisation" de contenus* » propre à la diffusion en ligne, ce développement étant lié à « *une coopération et une connaissance réciproque* » (Charon, 2011 : 22). La « *coréalisation de contenus* » participe du *processus d'intentionnalité discursive*, qui est au cœur de la validité de tout acte de communication ; elle est révélatrice de cette *stratégie de capitalisation* des NPCI. Elle accompagne ainsi le développement de la presse sous l'angle de la diversification des contenus dont Internet, à travers ses multiples fonctionnalités, sert à la fois comme mode de collecte et de traitement de l'information, et comme un support de diffusion. Ce qui renvoie donc à une variété d'approches éditoriales, dont l'objectif serait d'intéresser le maximum de publics possible à l'offre informationnelle du titre de presse. Dans d'autres espaces géographiques, cette variété d'approches éditoriales a donné lieu à la création de services multimédiatiques au sein des entreprises de presse. En France, par exemple, *Le Monde* a créé un service multimédia en 1994, et ses informations sont devenues accessibles *via* Infoni en 1995. Au cours de la même année, *Libération*, *L'Humanité*, *Le Parisien*, *les Dernières Nouvelles d'Alsace*, *Ouest France*, etc., ont créé leur propre service sur Internet. Et beaucoup de titres de presse écrite ont aujourd'hui des applications en ligne et sont parfois accessibles, *via* les smartphones, ou les tablettes numériques (Charon, 2011).

L'un des avantages de cette variété d'approches éditoriales réside dans le renforcement de la notoriété du titre au-delà de son territoire, non seulement physique mais aussi symbolique, car

l'offre informationnelle ainsi réalisée englobe de nouvelles représentations socioculturelles, qui n'étaient pas forcément prises en compte dans l'offre « *traditionnelle* ». C'est ce que nous avons pu observer au niveau de la presse quotidienne régionale (PRQ) française, notamment avec l'exemple du *Dauphiné Libéré* qui, en 2007, créa sa plateforme multimédia, *Grenews.com*. Cette plateforme se déclinait initialement sur trois supports : un hebdomadaire imprimé, un site Internet et un JT web. Le lancement de *Grenews.com* est associé à l'entrée du quotidien régional *Le Dauphiné Libéré* dans la production et la diffusion de l'information multimédiatique. Sa création résulte en effet d'une stratégie de capitalisation de l'audience générée par un site Internet circonstanciel, *quelcandidat.com*, mis en place par *Le Dauphiné Libéré* durant la période de l'élection présidentielle de 2007. Ce site avait généré un million de visiteurs uniques et presque autant de pages vues. Il avait donné une certaine visibilité au *Dauphiné Libéré*, d'autant plus que plusieurs autres médias nationaux français (radios, télévisions, journaux) avaient relayé l'information mise en ligne par le journal dauphinois : « *On a une couverture du territoire avec des images de qualité, qui ont d'ailleurs été reprises par des télévisions [...] ; on l'a vu à 20h sur TF1 à plusieurs reprises ces derniers mois, avec des images signées Dauphiné.com* »<sup>226</sup>, affirme le chef du « *Département nouveaux médias* » au journal *Le Dauphiné Libéré*. C'est cette expérience qui avait servi de rampe de lancement pour *Grenews.com*. Il s'agissait de tirer profit de l'audience et de la notoriété générées par *quelcandidat.com*.

La nouvelle expérience de diffusion en ligne a induit une déterritorialisation de la notoriété du titre régional, ce dernier se présentant ici en fournisseur des autres médias (imprimés et audiovisuels). Cette déterritorialisation de la notoriété peut être considérée ici comme l'un des effets induits de l'entrée de la presse écrite régionale dans « *l'ère numérique* ». En effet, « *un titre de presse quotidienne régionale (PQR) se définit en référence à un territoire spécial, délimité par des frontières de diffusion, parfois fortement structuré par une histoire singulière* » (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002 : 29). L'organe de presse quotidienne régionale se présente donc comme un journal lié à la représentation symbolique d'un espace géographique bien déterminé. Mais la dimension physique est ici associée à la dimension symbolique, c'est-à-dire aux représentations socioculturelles collectives, partagées par l'ensemble des citoyens vivant dans cet espace géographique. Dans ce cadre, le discours journalistique a pour objectif la construction d'une « *représentation symbolique de ce*

---

<sup>226</sup> Entretien avec Jean-Paul FRITZ, chef du « *Département nouveaux médias* » au journal *Le Dauphiné Libéré*, réalisé le 27 février 2009, dans les locaux de la rédaction de *Grenews.com* à Grenoble, dans le cadre du Master 2.

*territoire comme lieu d'échanges, d'actions collectives, de processus institutionnels* » (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002 : 29). On est ici dans une logique de *massification* des publics. Dans cette logique, le jeu de la fragmentation des publics n'est pas trop prégnant puisque l'information est construite autour d'une représentation symbolique collective. Par ailleurs, Erik Neveu évoque la notion de *proximité* comme l'une des particularités du journalisme local lié à ce type de presse. Pour cet auteur, la notion de *proximité* « renvoie aussi au "pacte de lecture" implicite de ce type de presse qui définit son lectorat par l'appartenance à un territoire », car la presse régionale « est portée à sélectionner les personnages, les événements qui valorisent un "nous" territorial » (Neveu, 2004 : 31). Ce sont donc la territorialité physique et culturelle, la proximité et la massification des publics qui caractérisent la PQR.

Le nouveau service multimédia contribue ainsi au renforcement de la performance du *Dauphiné Libéré* et à l'élargissement de sa notoriété au-delà de son aire traditionnelle de diffusion. On retrouve ici cet aspect d'Internet consistant dans la fluidification des frontières, tant professionnelles que territoriales. Bien que l'organe de presse reste centré sur la couverture de son territoire traditionnel, sa notoriété déborde désormais hors de ce territoire et atteint d'autres catégories sociales, notamment les jeunes urbains qui ne se reconnaissaient pas dans le contenu traditionnel du *Dauphiné Libéré* et auxquels s'adresse principalement l'offre de *Grenews.com*. L'information en ligne apparaît ici comme une stratégie de mise en visibilité de la diversification des activités de l'entreprise par la création de nouveaux services (filiales), la recherche des partenariats avec les annonceurs et les *infomédiaires*, une stratégie dont le but serait le renforcement de l'ensemble des activités du groupe derrière le titre de presse dominant (Damian, Ringoot, Ruellan, Thierry (dir.), 2002). Les dispositifs numériques sont alors mobilisés à la fois pour améliorer l'offre informationnelle et pour des raisons de marketing (Aubert, 2011). En effet, la production et la diffusion de l'information en ligne est au cœur d'un enjeu économique entre divers acteurs industriels, évoluant pourtant dans des filières différentes des industries de la communication (réseaux, web, logiciels, matériels grand public, etc.) et de la culture (cinéma, musique, presse, information, etc.). Ces différentes filières se livrent entre elles une guerre de positionnement pour mieux tirer profit de l'information en ligne.

Au sein de ces filières, on retrouve, entre autres, des *infomédiaires* (Rebillard, 2010 ; Cabedoche, Damien-Gaillard, Rebillard, Smyrnaio, 2011). Ces derniers renvoient aux



portails « *multi-services proposant entre autres des dépêches d'agences, agrégateurs d'articles, de vidéos, ou de billets de blogs, sites de réseaux sociaux multipliant les passerelles vers l'extérieur* », bref, à tous ces acteurs qui « *se posent en intermédiaires entre les internautes et l'information en ligne* » (Rebillard, 2010). Ils « *se sont progressivement imposés comme des points de passage incontournables, situés entre les producteurs et les éditeurs de contenu d'un côté et les publics de l'autre* » (Smyrnaio, Rebillard, 2011). Ce sont eux qui sélectionnent, organisent, hiérarchisent et distribuent l'information en ligne, qui est pourtant produite par d'autres acteurs, tels que les professionnels (mais aussi les *amateurs*) de la presse. Par leur fonction d'agrégation de l'information, ils faciliteraient donc la « *rencontre entre une demande éclatée et une offre diversifiée* » (Smyrnaio, Rebillard, 2011). Pierre Polomé, journaliste et éditeur, parle de « *nomadisation* » de l'information médiatique, c'est-à-dire de la circulation de l'information, écrite ou vidéo, autant sur différents sites Web que sur les nombreux gadgets informatiques (smartphones, tablettes numériques, etc.) : « *les médias en ligne perdent le contrôle de leur production : leurs articles sont plus souvent consultés à partir des sites, où ils ont migré, qu'à partir de leur propre site d'origine. Les flux RSS, les moteurs de recherche et les sites agrégateurs accentuent cet état de fait* » (Polomé, 2009 : 15). En réalité, il s'agit moins d'une perte de contrôle de l'information, par les médias, que d'un jeu d'alliance stratégique entre différents acteurs de l'information, témoignant ainsi de la *stratégie de coopération* (Yami, Le Roy, (dir.) (2010). En effet, l'interposition entre les producteurs et les consommateurs de contenus confère aux *infomédiaires* un droit de prélèvement direct d'une partie des ressources publicitaires générées par le passage des publics par leurs services (Charon, 2011). On se retrouve alors en face d'un *écosystème d'affaires*, c'est-à-dire un réseau complexe d'acteurs économiques relevant de secteurs différents, mais développant des stratégies collectives autour d'un leader qui arrive parfois à imposer ou à faire partager sa conception commerciale ou son standard technologique (Torrès-Blay, 2000). Ce qui peut placer les éditeurs de presse dans une situation de dépendance étroite autant envers les annonceurs, qui accroissent leur sensibilité aux fluctuations publicitaires (Cornu, 2003), que vis-à-vis des *infomédiaires* ponctionnant leur éventuelle manne publicitaire.

Ce « *mélange entre l'information et le commerce en ligne est qualifié de "journalisme de transaction"* », qui fait apparaître l'information comme un simple « *emballage destiné à faire vendre le produit* » (Cornu, 2003 : 14). Dès lors, la diversification de l'offre informationnelle revêt un intérêt économique, autant pour les entreprises de presse elles-mêmes que pour leurs

partenaires que sont les infomédiaires et les annonceurs. Derrière ces discours de valorisation du *participatif*, se cachent donc de réels enjeux économiques pour l'ensemble du secteur des industries de la culture et de la communication. La presse congolaise ne saurait tirer profit de l'émergence du Web 2.0 sans s'inscrire dans ces stratégies du capitalisme économique et politique, qui sous-tendent ces discours. Ce qui est moins sûr aujourd'hui. Car, si le libéralisme y est balbutiant au niveau économique, il apparaît encore comme une simple vue de l'esprit au niveau politique. Autant dire que l'attitude des acteurs politiques du pays, à l'égard de la presse, ainsi que l'idéologie qu'ils suivent, expliquent pour une grande part l'état de « *sous-développement* » dans lequel se trouve ce secteur d'activité, pour paraphraser et réactualiser Moustapha Masmoudi (1986). Cette faiblesse du libéralisme, tant économique que politique, expliquerait donc l'absence du *participatif* dans les journaux congolais, alors que ce dispositif socio-numérique participe de la mise en œuvre des stratégies de capitalisation des NPCI.

Enfin, pour mieux percevoir et appréhender les contours de l'émergence d'un éventuel *espace public* congolais à « *l'ère d'Internet* », il conviendra d'explorer de façon particulière et plus approfondie les espaces socio-numériques congolais où se donneraient à voir des manières de parler qui soient « *alternatives aux discours tenus dans les médias dominants* », dès lors que ces espaces participent à la « *transformation structurelle de l'espace public en proposant d'autres entités signifiantes et d'autres formes expressives* » (Granjon, 2012 : 95). Ce qui signifie que l'espace public, à appréhender ici, devra sortir, tout à la fois, de la normativité originelle de ce concept et des canons discursifs en cours dans les procès de publicisation de la réalité congolaise. Par ailleurs, il serait intéressant d'étudier plus sérieusement l'aspect des publics éventuellement « *exclus* » du circuit médiatique « *traditionnel* ». Cette étude pourrait être orientée sur l'identification de ces publics, les différentes formes d'expression qui les caractériseraient, ainsi que les pratiques communicationnelles qu'ils développeraient et que pourraient éventuellement accompagner l'usage des TIC. L'intérêt d'une telle étude résiderait dans le fait qu'elle pourrait aider à confirmer, ou pas, l'existence de ces publics « *exclus* ». Au cas où leur existence serait avérée, on pourrait alors cerner les modes de publicisation alternatifs qu'ils développeraient et voir comment ces modes de publicisation se positionneraient vis-à-vis des médias « *traditionnels* ». Une telle approche participerait du processus d'évaluation d'espaces publics dans la société congolaise.

# Bibliographie

## 1. Ressources principales

### 1.1. Ouvrages

ALDRIN, Philippe (2005), *Sociologie politique des rumeurs*, Paris, Presses Universitaires de France.

AUBERT, Aurélie (2009), *La société civile et ses médias. Quand le public prend la parole*, Paris, Le bord de l'eau.

BA, Abdoul (2003), *Internet, cyberspace et usages en Afrique*, Paris, L'Harmattan.

BAHU-LEYSER, Danielle, FAURE, Pascal (dir.) (1999), *Nouvelles technologies Nouvel État*, Paris, La Documentation française.

BALLE, Francis (1984), *Médias et sociétés*, Paris, Montchrestien.

BARTHES, Roland (1957), *Mythologies*, Paris, Seuil.

BERNAYS, Edward (2007), *Propaganda. Comment manipuler l'opinion en démocratie*, Paris, La Découverte.

BERNIER, Marc-François (2008), *Journalistes au pays de la convergence. Sérénité, malaise et détresse dans la profession*, Laval, Les Presses de l'Université de Laval.

BOLTANSKI, Luc, CHIAPELLO, Ève (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.

BOUQUILLION, Philippe, PAILLIART, Isabelle (2006), *Le développement des Tic dans les territoires. Le rôle des collectivités*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

BOUQUILLION, Philippe, COMBÈS, Yolande (dir.) (2011), *Diversité culturelle et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.

BOUQUILLION, Philippe (2008), *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

BOUQUILLION, Philippe, MATTHEWS, Jacob T. (2010), *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

BOURDIEU, Pierre (2000), *Propos sur le champ politique*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

- BOURDIEU, Pierre (2001), *Langage et pouvoir symbolique*, Paris, Fayard.
- BOURDON, Jérôme (1997), *Introduction aux médias*, Paris, Montchrestien.
- BRZEJINSKI, Zbigniew (1969), *Between Two Ages. Of America Role in the Technetronic Era*, New York, Viking Press.
- BRIN, Colette, CHARRON, Jean, DE BONVILLE, Jean (dir.) (2004), *Nature et transformations du journalisme. Théories et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université de Laval.
- CABEDOCHÉ, Bertrand (1990), *Les chrétiens et le Tiers Monde. Une fidélité critique*, Paris, Karthala.
- CABEDOCHÉ, Bertrand (2003a), *Ce nucléaire qu'on nous montre. Construire la socialité dans le débat sur les énergies*, Paris, L'Harmattan.
- CASTELLS, Manuel (1998), *La société en réseau. L'ère de l'information*, Paris, Librairie Arthème Fayard.
- CASTELLS, Manuel (2002), *La galaxie Internet*, Paris, Librairie Arthème Fayard.
- CHAMPAGNE, Patrick, CHRISTIN, Olivier (2004), *Mouvements d'une pensée. Pierre Bourdieu*, Paris, Bordas.
- CHARAUDEAU, Patrick (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- CHARON, Jean-Marie (2007), *Le journalisme*, Toulouse, Editions Milan.
- CHARTIER, Lise (2003), *Mesurer l'insaisissable : méthode d'analyse du discours de presse*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- CHOMSKY, Noam, McCHESNAY, Robert Waterman (2004), *Propagande, médias et démocratie*. Traduit de l'anglais par ARCAL Liria et DE BELLEFEUILLE Louis, Montréal, Ecosociété.
- COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Éditions.
- DAMIAN, Béatrice, RINGOOT Roselyne, RUELLAN, Denis, THIERRY, Daniel (dir.) (2002), *inform@tion.local. Le paysage médiatique régional à l'ère électronique*, Paris, L'Harmattan.
- DAUVIN, Pascal, LEGAVRE, Jean-Baptiste (dir.) (2007), *Les publics des journalistes*, Paris, La Dispute.
- DE CERTEAU, Michel (1990), *L'invention du quotidien. Vol 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard.
- DE LA HAYE, Yves (1985), *Journalisme, mode d'emploi. Des manières d'écriture l'actualité*, Grenoble, ELLUG-Pensée Sauvage.

- ELLUL, Jacques (1962), *Propagandes*, Paris, Armand Colin.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre (2002), *L'écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- EVENO, Patrick (2008), *Les médias sont-ils sous influence ?*, Paris, Larousse.
- FLICHY, Patrice (2001), *L'imaginaire d'Internet*, Paris, La Découverte.
- FLICHY, Patrice (2003), *L'innovation technique. Récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*, Paris, La Découverte.
- FOUCAULT, Michel (1954), *Maladie mentale et personnalité*, Paris, Presses Universitaires de France.
- FUKUYAMA, Francis (1993), *La Fin de l'histoire et le dernier homme*, Paris, Flammarion.
- GABAS, Jean-Jacques (dir.) (2004), *Société numérique et développement en Afrique. Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala.
- GABSZEWICZ, Jean, SONNAC, Nathalie (2010), *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte.
- GAKOSSO, Jean-Claude (1997), *La nouvelle presse congolaise. Du goulag à l'agora*, Paris, L'Harmattan.
- GERSTLE, Jacques (2004), *La communication politique*, Paris, Armand Colin.
- GIDDENS, Antony (1987), *La constitution de la société*. Traduit de l'anglais par AUDET Michel, Paris, Presses Universitaires de France.
- GOFFMAN, Erving (1973), *La Présentation de soi. La Mise en scène de la vie quotidienne I*. Traduit de l'anglais par ACCARDO Alain, Paris, Editions de Minuit.
- GOFFMAN, Erving (1974), *Les Rites d'interaction*. Traduit de l'anglais par KILM Alain, Paris, Editions de Minuit.
- GOFFMAN, Erving (1991), *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les Editions de Minuit.
- GOLLAC, Michel (dir.) (2003), *Les métiers face aux technologies de l'information*, Paris, La Documentation française.
- GRANJON, Fabien (2001), *L'Internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Rennes, Editions Apogée.
- HABERMAS, Jürgen (1978), *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris, Payot.
- HINDMAN, Matthew (2009), *The Myth of Digital Democracy*, New Jersey, Princeton University Press.
- JAKOBSON, Roman (1963), *Essais de linguistique générale*, Paris, Editions de Minuit.

JAUREGUIBERRY, Francis, PROULX, Serge (dir.) (2002), *Internet, Nouvel espace citoyen ?* Paris, L'Harmattan.

JAUSS, Hans Robert (1978), *Pour une esthétique de la réception*. Traduit de l'allemand par Claude Maillard, Paris, Gallimard.

JEANNENEY, Jean-Noël (2001), *Une histoire des médias. Des origines à nos jours*, Paris, Seuil.

JOST, François (1999), *Introduction à l'analyse de la Télévision*, Paris, Ellipses.

JOUËT, Josiane, (1987), *L'écran apprivoisé. Télématique et informatique à domicile*, Paris, CNET.

KIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E. & InterCommunications.

KIYINDOU, Alain (2009c), *Les pays en développement face à la société de l'information*, Paris, L'Harmattan.

KIYINDOU, Alain (2010), *TIC et développement socio-économique : enjeux et pratiques*, Paris, Lavoisier.

LAFAYE, Claudette (1996), *La Sociologie des organisations*, Paris, Éditions Nathan Université.

LASSWELL, Harold Dwight (1971), *Propaganda Techniques in the World War I*, London, The M.I.T. press.

LAVOINNE, Yves (1997)., *Le langage des médias*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

LENOBLE-BART, Annie, TUDESQ, André-Jean (dir.) (2008), *Connaître les médias d'Afrique. Problématiques, sources et ressources*, Paris, Karthala.

LERNER, Daniel (1958), *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*, Glencoe, The Free Press.

LIPPMANN, Walter (1945), *La politique étrangère des Etats-Unis*. Traduit de l'anglais par André Géraud, Paris, Éditions des Deux-Rives.

MABIALA, Philippe (2007), *L'Editorial dans la presse chrétienne. Analyse des hebdomadaires La Semaine Africaine et La Vie*, Paris, L'Harmattan.

MACCIONI, Hervé (1995), *L'image de marque*, Paris, Economica.

MAINGUENEAU, Dominique (1996), *Les termes clés de l'analyse du discours*, Paris, Seuil.

MASMOUDI, Mustapha (1986), *Voix libre pour monde multiple*, Paris, Economica.

MATHIEN, Michel (2003), *Economie générale des médias*, Paris, Ellipses Edition Marketing.

MATHIEN, Michel (dir.) (2005), *La « société de l'information ». Entre mythes et réalités*, Bruxelles, Editions Emile Bruyant.

MATHIEN, Michel (2007), *Les journalistes. Histoires, pratiques et enjeux*, Paris, Ellipses Edition Marketing.

MATTELART, Armand (1983), *La culture contre la démocratie ? L'audiovisuel à l'heure transnationale*, Paris, La Découverte.

MATTELART, Armand (2003), *Histoire de la société de l'information*, Paris, La Découverte.

MATTELART, Armand (2009), *Histoire de la société de l'information*, Paris, La Découverte.

MATTELART, Armand, MATTELART, Michèle (2004), *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte.

MATTELART, Armand, NEVEU, Érik (2008), *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, La Découverte.

MATTELART, Tristan (dir.) (2002), *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, Editions De Boeck Université.

MEHL, Dominique (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil.

MERCKLÉ, Pierre (2011), *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte.

MIÈGE, Bernard (dir.) (1986), *Le J.T. Mise en scène de l'actualité à la télévision française*, Paris, La Documentation française.

MIÈGE, Bernard (1996), *La société conquise par la communication. Logiques sociales*, tome 1, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MIÈGE, Bernard (1997), *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*, tome 2, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MIÈGE, Bernard (2004), *Information-communication, objet de connaissance*, Bruxelles, De Boeck.

MIÈGE, Bernard (2005), *La pensée communicationnelle*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MIÈGE, Bernard (2006), *Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MIÈGE, Bernard (2007), *La société conquise par la communication. Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, tome 3, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MIÈGE, Bernard (2010), *L'espace public contemporain*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

MUMFORD, Lewis (2011), *La cité à travers l'histoire*. Traduit de l'anglais par DURAND Guy et DURAND Gérard, Marseille, Agone.

MUSSO, Pierre (2003), *Critique des réseaux*, Paris, Presses Universitaires de France.

NALEBUFF, Barry, BRANDENBURGER, Adam (1996), *La coopétition, une révolution dans la manière de jouer concurrence et coopération*, Paris, Village Mondial.

NEVEU, Érik (2004), *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.

NEVEU, Érik (2005), *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte.

NGOUEM, Alain Claude (2007), *Nouvelle donne du système mondial de l'information et redéfinition du développement en Afrique. Y-a-t-il déjà équilibre de flux d'information entre le centre et la périphérie ?* Paris, L'Harmattan.

NYE, Joseph (2005), *Soft Power. The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs.

ODIN, Roger (2000), *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck Université.

ODIN, Roger (2011), *Les espaces de communication. Introduction à la sémio-pragmatique*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

OLLIVIER, Bruno (2007), *Les sciences de la communication. Théories et acquis*, Paris, Armand Colin.

PASQUIER, Dominique (1999), *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescentes*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

PAVLIK, John Vernon (2001), *Journalism and new media*, New-York, Columbia University Press.

PERRIAULT, Jacques (2008), *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris, L'Harmattan.

QUIVY, Raymond, VAN CAMPENHOUDT, Luc (2006), *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod.

RASH, Wayne (1997), *Politics on the Net: wiring the political process*, New York, W. H. Freeman.

RHEINGOLD, Howard (1995), *The Virtual Community: finding Connection in a Computerized World*, London, Minerva.

RIEFFEL, Rémy, WATINE, Thierry (dir.) (2002), *Les mutations du journalisme en France et au Québec*, Paris, Panthéon-Assas.

ROGNON, Frédéric (dir.) (2010), *Médias et démocratie. Entre affinités électives et mutuelles suspicions*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg.

ROUQUETTE, Sébastien (2009), *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberspace*, Bruxelles, de Boeck.



RUELLAN, Denis (2007), *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

RUELLAN, Denis (2011), *Nous, journalistes. Déontologie et identité*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.

SCARDIGLI, Victor (1992), *Les sens de la technique*, Paris, Presses Universitaires de France.

SCHAFER, Valérie, LE CROSNIER, Hervé (2011), *La Neutralité d'internet. Un enjeu de communication*, Paris, CNRS Editions.

SCHRAMM, Wilbur (1964), *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*, Stanford, CA, Stanford University Press.

SCOOT, James (1990), *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*, Yale, Yale University Press.

SEGAL, Jérôme (2011), *Le zéro et le un. Histoire de la notion d'information au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Éditions Matériologiques.

TCHAKHOTINE, Serge (1992), *Le viol des foules par la propagande politique*, Paris, Gallimard.

THIERRY, Daniel (textes réunis par) (1998), *Nouvelles technologies de communication. Impact sur les métiers*, Paris, L'Harmattan.

THIERRY, Daniel (textes réunis par) (2000), *Nouvelles technologies de communication. Nouveaux usages ? Nouveaux métiers ?*, Paris, L'Harmattan.

TORRES-BLAY, Olivier (2000), *Économie d'entreprise. Organisation et stratégie à l'aube de la nouvelle économie*, Paris, Economica.

TUDESQ, André-Jean (1995), *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse de l'Afrique Subsaharienne*, Bordeaux, Maison des Sciences de l'homme d'Aquitaine.

TUDESQ, André-Jean (1999), *Les médias en Afrique*, Paris, Ellipses Edition Marketing.

WEAVER, Warren (1975), *Théorie mathématique de la communication*. Traduit de l'anglais par COSNIER J., DAHAN J., ECONOMIDÈS G., Paris, Retz.

WELLMAN, Barry, HAYTHORNTHWAITE, Caroline (Eds.) (2002), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell Publishers.

WIENER, Norbert (1962), *Cybernétique et société*. Traduit de l'anglais par MISTOULON Pierre-Yves, Paris, Union générale d'éditions.

WOLTON, Dominique (2009b), *Informer n'est pas communiquer*, Paris, CNRS Editions.

YAMI, Saïd, LE ROY, Frédéric (dir.) (2010), *Stratégies de coopération. Rivaliser et coopérer simultanément*, Paris, De Boeck.

## 1.2. Chapitres d'ouvrages

ARTERTON, F. Christopher (2012), « La technique est-elle au service de la démocratie ? ». Traduit de l'anglais par MAIGRET Éric et BOUILLON Pascale, in COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Editions, pp.35-49.

BEMBA, Léon (2008), « Etude critique de la radio rurale », in KIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E. & InterCommunications, pp.241-257.

BLANCHARD, Jean-Marie (2004), « Une dynamique de développement local basé sur les TIC ? », in GABAS, Jean-Jacques (dir.) (2004), *Société numérique et développement en Afrique. Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala, pp.255-292.

BONNAFOUS, Simone (2006), « L'analyse du discours », in OLIVESI, Stéphane (dir.) (2006), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, pp.213-228.

BOUQUILLION, Philippe, COMBES, Yolande (2007), « Les mutations des ICIC, entre mutations des filières, des contenus et des sociétés », in BOUQUILLION, Philippe, COMBES, Yolande (dir.) (2007), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris, l'Harmattan, pp.11-30.

C.D. (Agence Page 30) (2007), « Contre-pouvoir ou tyrannie », in *Les clés des médias. Comment se fabrique l'information*, Toulouse, Editions Milan, p.30.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2003b), « Le journaliste, acteur disqualifié de la médiation de l'information scientifique et technique ? », in LEBŒUF Claude, PÉLISSIER, Nicolas (dir.) (2003), *Communiquer l'information scientifique. Éthique du journalisme et stratégies des organisations*, Paris, L'Harmattan, pp. 213-250.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2006), « Télévisions transnationales et représentations de l'altérité. Remarques méthodologiques », in *Les mutations du paysage audiovisuel international. Problématiques actuelles*, Fondation Konrad Adenauer/Institut de la Presse et des Sciences de l'Information, Université de la Manouba, Tunis, pp.55-98.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2006a), « Étudier les médias : une approche nécessairement paradoxale », in BOUZON, Arlette (dir.) (2006), *La communication organisationnelle en débat. Champs, concepts, perspectives*, Paris, L'Harmattan, pp. 77-100.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2008), « Are Information and communication a specific scientific discipline in the analysis of the societal role of the producers in media informations? Remarks

from public debates about nanotechnologies », in CARPENTIER, Nico, PRUULMANN-VENGUFELDT, Pille, NORDENSTRENG, Kaarle, HARTMANN, Maren, VIHALEM, Peter, COMMAERTS, Bart, NIEMINEN Hannu, OLSSON, Tobias (dirs.) (2008), *Democracy, Journalism and Technology : New Developments in an Enlarged Europe. The intellectual work of the 2008 European media and communication doctoral summer school*, Tartu, University of Tartu Press, pp. 307-318.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2009), « Confondre les représentations stéréotypées de l'Afrique dans les médias transnationaux ? Une démarche épistémologiquement problématique », in KIYINDOU, Alain, EKAMBO, Jean-Christien, MIYOUNA, Ludovic-Robert (dir.) (2009), *Communication et dynamiques de globalisation culturelle*, Paris, L'Harmattan, pp.213-234.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2010), « Globalisation, communication and citizenship. Meanings and theoretical stakes », in CARPENTIER, Nico, PRUULMANN-VENGUFELDT, Pille, KILBORN, Richard (2010) (ed.), *Media and Communication Studies. Interventions and Intersections. The intellectual work of the 2010 European media and communication doctoral summer school*, Tartu, University of Tartu Press, pp.153-169.

CABEDOCHÉ, Bertrand, DAMIAN-GAILLARD, Béatrice, REBILLARD, Franck, SMYRNAIOS, Nikos (2011), « Mutations de la filière Presse et information », in BOUQUILLION, Philippe, COMBES, Yolande (dir.) (2011), *Diversité culturelle et industries culturelles*, L'Harmattan, Paris, pp.77-117.

CARDON, Dominique (2009), « Le rôle du citoyen dans la blogosphère », in LAFRANCE, Jean-Paul (dir.) (2009), *Critique de la société de l'information*, Paris, CNRS Editions, pp. 91-102.

CHEVAL, Jean-Jacques, LENOBLE-BART, Annie, PARÉ, Cyriaque, TUDESQ, André-Jean (2001), « Médias africains et Internet », in AKAM Noble (dir.) (2001), *Internet en Afrique subsaharienne : acteurs et usages* [en ligne]: [http://www.msha.fr/msha/publi/en\\_ligne/netafriq/home.htm](http://www.msha.fr/msha/publi/en_ligne/netafriq/home.htm) (consulté le 20/12/2011).

CORNU, Jean-Michel (2004), « La place des nouveaux usages de l'Internet dans la chaîne de l'information », in GABAS, Jean-Jacques (dir.) (2004), *Société numérique et développement en Afrique. Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala, pp.167-174.

COUTANT, Alexandre (2012), « Présentation générale. La révolution ne sera pas numérisée », in COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Editions, pp.17-33.

DACHEUX, Éric (2012), « Avant-propos. Communication et démocratie », in COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Editions, pp.9-16.

DAHMANI, Ahmed (2004), « Les Tic : une chance pour l'Afrique ? », in GABAS, Jean-Jacques (dir.) (2004), *Société numérique et développement en Afrique. Usages et politiques publiques*, Paris, Karthala, pp.13-34.

DE BONVILLE, Jean (2002), « Proposition d'un modèle d'explication du changement dans la pratique journalistique », in RIEFFEL, Rémy, WATINE, Thierry (dir.) (2002), *Les mutations du journalisme en France et au Québec*, Paris, Editions Panthéon-Assas., pp.161-200.

ESQUENAZI, Jean-Pierre (2006), « Les médias et leurs publics. Le processus de l'interprétation », in OLIVESI, Stéphane (dir.) (2006), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, pp.11-26.

FOUCAULT, Michel (1994), « Le jeu de Michel Foucault », in DEFERT, Daniel, EWALD François (dir.) (1994), *Dits et écrits, 1954-1988*, tome 3, Paris, Gallimard.

GEORGE, Éric, GRANJON, Fabien (2008), « Des critiques de la société de l'information », in GEORGE, Éric, GRANJON, Fabien (dir.) (2008), *Critique de la société de l'information*, Paris, L'Harmattan, pp.7-20.

GRANJON, Fabien (2012), « Mobilisations informationnelles et Web participatif », in COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Editions, pp.84-100.

JEANNERET, Yves (2005), « La "société de l'information" comme figure imposée. Sur un usage particulier des mots en politique », in MATHIEN, Michel (dir.) (2005), *La « société de l'information ». Entre mythes et réalités*, Bruxelles, Editions Emile Bruyant, pp.66-76.

KISSANGOU, Philémon (2008), « Les TIC au Congo : enjeux & appropriation », in KIIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E. & InterCommunications, pp.179-194.

KIYINDOU, Alain (2009b) « De la fracture numérique à la diversité cognitive », in KIIYINDOU, Alain, EKAMBO, Jean Chrétien, MIYOUNA, Ludovic-Robert (dir.) (2009), *Communication et dynamique de globalisation culturelle*, Paris, L'Harmattan, pp.89-103.

KOUVIBIDILA, Gaston-Jonas (2008), « La presse au service du développement », in KIIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E. & InterCommunications, pp.259-286.

LAFRANCE, Jean-Paul (2008), « De la nécessité d'un modèle africain des NTIC », in KIIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des*

*dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E.& InterCommunications, pp.139-156.

LAFRANCE, Jean-Paul (2009), « Présentation. Pour une approche critique de la société de l'information », in LAFRANCE, Jean-Paul (dir.) (2009), *Critique de la société de l'information*, Paris, CNRS Editions, pp.9-32.

LAGROYE, Jacques (1985), « La légitimation », in GRAWITZ, Madeleine, LECA, Jean (dir.) (1985), *Traité de science politique*, Tome 1, Paris, Presses Universitaires de France, pp.396-467.

LASSWELL, Harold (1948), « The structure and function of communication in society », in LYMAN, Bryson (ed.) (1948), *The Communication of Ideas*, New York, Harper and Bros, pp. 37-51.

LEGAVRE, Jean-Baptiste (2007), « L'entretien. Une technique et quelques-unes de ses "ficelles" », in OLIVESI, Stéphane (dir.) (2007), *Introduction à la recherche en Sic*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, pp.35-55.

LEMIEUX, Cyril (2001), « Heurs et malheurs du journalisme d'investigation en France », in DELPORTE, Christian, PALMER Michaël, RUELLAN, Denis (dir.) (2001), *Presse à scandale, scandale de presse*, Paris, L'Harmattan, pp.85-96.

MADANI, Lotfi (2002), « L'antenne parabolique en Algérie, entre dominations et résistances », in MATTELART, Tristan (dir.) (2002), *La mondialisation des médias contre la censure. Tiers monde et audiovisuel sans frontières*, Bruxelles, Éditions De Boeck Université, pp.177-210.

MASSON, Luc, MORELLI, Pierre, « Sites Web et blogs africains : modèles de publication en ligne », in KIYINDOU, Alain, EKAMBO, Jean Chrétien, MIYOUNA, Ludovic-Robert (dir.) (2009), *Communication et dynamique de globalisation culturelle*, Paris, L'Harmattan, pp.157-171.

MEYRIAT, Jean (1985), « Information vs communication », in LAULAN, Anne-Marie (dir.) (1985), *Espace social de la communication : concepts et théories*, Paris, Retz-CRNS, pp.63-89.

MIERE-PELAGE, Théodora (2008), « Usages de la téléphonie mobile en contexte de sous-développement », in KIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement. Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E.& InterCommunications, pp.157-178.

NIOMBO NGOUÉMÉ, Sylvie (2008), « La contribution des télécentres à l'autonomisation des femmes », in KIYINDOU, Alain (dir.) (2008), *Communication pour le développement*.

*Analyse critique des dispositifs et pratiques professionnels au Congo*, Fernelmont, E.M.E.& InterCommunications, pp.195-205.

OBILANGOUNDA, Daniel (2006), « Le cas des pays "purement" francophones : les deux Congo », in GUILLAUME, Sylvie (dir.) (2006), *Les associations dans la francophonie*, Pessac, Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, pp.259-268.

PAILLIART, Isabelle (2006), « Territoires, identités et communication », in OLIVESI, Stéphane (dir.) (2006), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, pp.113-128.

RALLET, Alain (2009), « La communication : de nouveaux concepts pour l'analyse économique », in LAFRANCE, Jean-Paul (dir.) (2009), *Critique de la société de l'information*, Paris, CNRS Editions, pp. 71-90.

RINGOOT, Roselyne, RUELLAN Denis (2006), « Pairs, sources et publics du journalisme », in OLIVESI, Stéphane (dir.) (2006), *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, disciplines*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, pp. 63-77.

SCHAFER, Valérie (2012), « Internet, l'illusion démocratique. De la "République des ingénieurs" à la gouvernance », in COUTANT, Alexandre (dir.) (2012), *Internet et politique*, Paris, CNRS Editions, pp.119-139.

SCHILLER, Herbert I. (1976), *Communication and Cultural Domination*, White Plains, International Arts and Sciences Press Inc.

SHANE, Peter M. (2004), « Introduction: The prospects for Electronic Democracy », in SHANE, Peter M. (Ed.) (2004), *Democracy online. The prospects for political renewal through the internet*. New York, Routledge, pp. xi-xx.

VERON, Eliséo (1985), « L'analyse du contrat de lecture : une méthode pour les études de positionnement des supports de presse », in *Les médias, expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP.

WOLTON, Dominique (2009a), « Journalistes, une si fragile victoire... », in MERCIER, Arnaud (dir.) (2009), *Le journalisme*, Paris, CNRS Editions, pp. 43-60.

WOLTON, Dominique (2009c), « Une société de la communication est plus qu'une société de l'information », in LAFRANCE, Jean-Paul (dir.) (2009), *Critique de la société de l'information*, Paris, CNRS Editions, pp.157-164.

### 1.3. Articles de revues

A. G. (1963), « Jacques Ellul. Propagandes », in *Communications*, n°2, 1963. pp. 233-235 [en ligne] :

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm\\_0588-8018\\_1963\\_num\\_2\\_1\\_972](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1963_num_2_1_972) (consulté le 09/03/2012).

ALDRIN, Philippe (2010), « L'impensé social des rumeurs politiques. Sur l'approche dominocentrique du phénomène et son dépassement », in *Mots. Les langages du politique* [en ligne] : <http://mots.revues.org/19606>, 92 | 2010, mis en ligne le 04 mai 2012 (consulté le 04/05/2012).

AUBERT, Aurélie (2011a), « La commercialisation des images amateur dans le domaine informationnel : de nouveaux acteurs dans la production de l'information », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, Dossier 2011 [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/pageshtml/art2011.html#supplement](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/pageshtml/art2011.html#supplement), mis en ligne le 27 janvier 2012 (consulté le 16/03/2012).

AUBERT, Aurélie (2011b), « Le participatif perçu par les professionnels du journalisme : état des lieux », in *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, 2011, pp.42-54.

AUGEY, Dominique, REBILLARD, Franck (2009), « Introduction : la dimension économique du journalisme », in *Les Cahiers du journalisme*, n°20, 2009, pp.10-21.

BADILLO, Patrick-Yves (2005), « De la parfaite adéquation du journalisme à la "société de l'information" », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2005/Badillo/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2005/Badillo/index.php), mis en ligne le 03 avril 2006 (consulté le 30/01/2012).

BELTRÁN S., Luis Ramiro (1978), «TV Etchings in the Minds of Latin Americans: Conservatism, Materialism, and Conformism», in *Gazette* (Netherlands), Vol. 24, n°1, pp. 61-85.

BONHOMME, Julien (2006), « Philippe Aldrin, *Sociologie politique des rumeurs* », in *L'Homme* [en ligne] : <http://lhomme.revues.org/index2584.html>, 180 | octobre-décembre 2006, mis en ligne le 25 octobre 2006 (consulté le 04/05/2012).

BOUQUILLION, Philippe, PAILLIART, Isabelle (2003), « Techniques d'information et de communication et développement des territoires : vers de nouveaux rapports entre l'État et les collectivités territoriales ? », in *Etudes de communication*, n°26, 2003, pp.83-96.

BOURDIEU, Pierre (1996), « Journalisme et éthique », in *Les cahiers du Journalisme*, n°1, 1996, pp.10-17.

BRETON, Philippe (2003), « Les enjeux de la prise de parole », in *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pages 5-11.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2004), « Historicité, scientificité et didacticité du discours d'information médiatique. La construction du récit commémoratif dans la presse magazine », in *Les Cahiers du Journalisme*, n°13, 2004, pp.40-79.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2005), « La construction de l'étrangéité, enjeu du projet de chaîne française d'information internationale », in *Les Cahiers du Journalisme*, n°14, 2005, pp.270-277.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2007), « Télévisions transnationales et représentations de l'altérité : remarques épistémologiques et méthodologiques », in *Les Cahiers du Journalisme*, n° 17, 2007, pp. 344-383.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2011), « Le rapport McBride, conférence du consensus avant l'heure ? L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'Unesco », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2011/Cabedoche/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2011/Cabedoche/index.html), mis en ligne le 03 novembre 2011 (consulté le 18/06/2012).

CABEDOCHÉ, Bertrand (2012), « Enjeux contemporains de la recherche et des formations en journalisme, à partir des "révolutions arabes" », in *Communication and development. Recherches scientifiques et tendances en sciences humaines et sociales*, n°4, janvier 2012, Université libanaise de Beyrouth (Liban), pp. 120-153.

CABEDOCHÉ, Bertrand (2012a), « Femmes et patrimoine culturel immatériel : l'expérience du film documentaire de création en Afrique sub-saharienne », in *Études interculturelles*, 5/2012, tome 2, pp.107-120.

CHAMPAGNE, Patrick, MARCHETTI, Dominique (1994), « L'information médicale sous contrainte. À propos du "scandale du sang contaminé" », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°101-102, mars 1994, pp.40-62.

CHARRON, Jean, DE BONVILLE, Jean (1996a), « Le paradigme du journalisme de communication : essai de définition », in *Communication*, vol.17, n°2, 1996, pp.51-97.

CHARRON, Jean, DE BONVILLE, Jean (1996b), « Journalisme en mutation. Perspectives de recherche et orientations pédagogiques », in *Communication*, vol.17, n°2, 1996, pp.15-49.

CHARON, Jean-Marie (2011), « Les médias à l'ère numérique », in *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, 2011, pp.14-26.



- CHÉNEAU-LOQUAY, Annie (2001), « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique », in *NETCOM*, vol. 15, n° 1-2, 2001, pp. 121-132.
- CORNU, Daniel (2003), « Trois chantiers. Pour une éthique de l'information (en Europe) », in *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pp.12-18.
- DAKOURÉ, Évariste (2011), « Promotion du multimédia dans le monde associatif africain : le cas d'acteurs burkinabé », article issu du colloque "Communication et changement social en Afrique (2) - 30 ans après le Rapport Mc Bride", sous la direction de MIEGE, Bernard, MISSE, Missè, in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2010-supplementA/Dakoure/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-supplementA/Dakoure/index.html), mis en ligne le 15 janvier 2011 (consulté le 28/03/2012).
- DAHLGREN, Peter (2003), « Reconfigurer la culture civique dans un milieu médiatique en évolution », in *Questions de communication*, n°3, 2003, pp.151-168.
- DELFORCE, Bernard (1996), « La responsabilité sociale du journalisme : donner du sens », in *Les Cahiers du journalisme*, n° 2, 1996, pp.16-32.
- DELFORCE, Bernard, NOYER, Jacques (1999), « Pour une approche interdisciplinaire des phénomènes de médiatisation : constructivisme et discursivité sociale », in *Etudes de communication*, n°22, 1999, Université Charles-de-Gaulle, Lille 3, pp.13-39.
- DELPORTE, Christian (2003) « Pour une histoire de la propagande et de la communication politique », in *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2003/4, n°80, pp.3-4.
- D'ALMEIDA, Fabrice (2003), « L'américanisation de la propagande en Europe de l'Ouest (1945-2003) », in *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2003/4, n°80, pp. 5-14.
- FELSTINER, LF. William, ABEL, L. Richard, SARAT, Austin (1980), « The Emergence and Transformation of Disputes: Naming, Blaming, Claiming », in *Law and society review*, Volume 15, Number 3-4, 1980- 81, pp. 631 et s.
- FERJANI, Riadh, MATTELART, Tristan (2011), « Les Révolutions 2.0 n'ont pas eu lieu », in *Médias*, n°30, 2011, pp.70-94.
- FLICHY, Patrice (1999), « Internet ou la communauté scientifique idéale », in *Réseaux*, n°97, Vol.17, *Internet : un nouveau mode de communication ?*, 1999, pp.77-120.
- FOLIO, Nicolas (2011), « Médias du 21<sup>e</sup> siècle : passer du public passif aux contributeurs actifs », in *Les Cahiers du journalisme*, n°22/23, 2011, pp.74-82.
- GARNHAM, Nicolas (2000), « La théorie de la société de l'information en tant qu'idéologie ». Traduit de l'anglais par GAMBERINI Marie-Christine, in *Réseaux*, n° 101, vol. 18, *Questionner la société de l'information*, 2000, pp.53-91.

- GONZALES, Pierre (1996), « Production journalistique et contrat de lecture : autour d'un entretien avec Eliseo Veron », in *Quaderni*, vol. 29, n°26, 1996, pp.51-59.
- GRANIER, Jean-Maxence (2011), « Du Contrat de Lecture au Contrat de Conversation », in *Communication & Langages*, n°169, 2011, pp.51-62.
- HALL, Stuart (1994), « Codage-décodage », in *Réseaux*, n°68, vol.12, 1994, pp.27-39.
- HOVLAND, Carl (1953), « Effects of the mass media of communication », in *Handbook of Social Psychology*, vol. 2, G. Lindzey, Cambridge, Mass.: Addison-Wesley, pp. 1062-1103.
- JOUËT, Josiane (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*, Vol. 18, n°100, 2000, pp. 487-521.
- KIYINDOU, Alain (2009a), « La "société de l'information" au service du développement : analyse critique de la démarche de l'ONU », article issu du colloque "Communication et changement social en Afrique et dans les Caraïbes : bilan et perspectives", sous la direction de MISSE, Missè, Kiyindou, Alain, in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2009-supplement/05-SocieteInformation-Kiyindou/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2009-supplement/05-SocieteInformation-Kiyindou/index.php), mis en ligne le 16 avril 2009 (consulté le 22/09/2010).
- LAPRESS MUNKENI, Rigobert (2006), «La pratique du coupage dans la presse congolaise », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2006/Munkeni/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2006/Munkeni/index.php), mis en ligne le 30 juin 2006 (consulté le 19/04/2012).
- LE CAM, Florence (2010), « Crise et journalisme, une manière de s'échapper ? », in *Les Cahiers de la SFSIC*, n°5, 2010, pp.4-5.
- LEGAVRE, Jean-Baptiste (2011), « Entre conflit et coopération. Les journalistes et les communicants comme "associés-rivaux" », in *Communication & Langages*, n°169, septembre 2011, pp.105-123.
- LEMIEUX, Cyril (2001), « Les formats de l'égalitarisme. Transformations et limites de la figure du *journaliste-justicier* dans la France contemporaine », in *Quaderni*, n° 45, pp.53-68.
- LITS, Marc (2003), « Les enjeux du journalisme face à la mondialisation et aux nouvelles technologies », in *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pp.1-2.
- MADANI, Lotfi (1996), «Les télévisions étrangères par satellite en Algérie : formation des audiences et des usages », in *Tiers-Monde*, 1996, vol. 37, n°146, pp.315-330.
- MARCHETTI, Dominique (2000), « Les révélations du "journalisme d'investigation" », in *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol.131-132, mars 2000, pp.30-40.
- MARCHETTI, Dominique (2002), « Les sous-champs spécialisés du journalisme », in *Réseaux*, n°111, 1/2002, pp. 22-55.

MARTIN, Laurent (2006), « Penser les censures dans l'histoire », in *Sociétés & Représentations*, n° 21, 2006/1, pp. 331-345.

MATHIEN, Michel (2010), « Les assises internationales du journalisme et de l'information 7/8/9 Octobre 2009 : trois analyses. Quelle information pour demain ? Question-thème des Assises Internationales du Journalisme à Strasbourg », in *Les Cahiers de la SFSIC*, n°5, 2010, pages 7-8.

MATTELART, Armand (2000), « L'âge de l'information. Genèse d'une appellation non contrôlée », in *Réseaux*, n°101, vol. 18, *Questionner la société de l'information*, 2000, pp.19-52.

MERILL, John C. (2000), « Les quotidiens de référence dans le monde », in *Les Cahiers du journalisme*, n° 7, juin 2000, pp.10-15.

MIEGE, Bernard (2003), « La contribution des industries de la culture, de l'information et de la communication à l'informationnalisation et à la globalisation », in *Questions de communication*, n°3, pp. 211-229.

MINKALA-NTADI, Pierre (2012), « La presse congolaise dans la tourmente politique : l'illustration d'une tension entre liberté d'expression et responsabilité sociale », in *Quaderni*, n°77, 2012, pp.113-120.

MISSE, Misse (2009), « La communication stratégique : de l'appui au "développement" à la promotion du "changement social". Une communication de connivence ? », article issu du colloque "Communication et changement social en Afrique et dans les Caraïbes : bilan et perspectives", sous la direction de MISSE, Misse, KIYINDOU, Alain, in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne]: [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2009-supplement/03-CommunicationStrategique-Misse/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2009-supplement/03-CommunicationStrategique-Misse/index.php), mis en ligne le 16 avril 2009 (consulté le 06/01/2012).

MUBANGI BET'UKANY, Gilbert (2007), « Le parcours de la presse congolaise et le rôle de l'oralité comme relais de l'information en Afrique », in *Les enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2007/Mubangi/index.php](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2007/Mubangi/index.php), mis en ligne le 21 juin 2007 (consulté le 26/03/2012).

MÜLLER, Birgit (1992), « James Scott : *Domination and the arts of resistance : hidden transcripts* (1990, Yale University Press). », in *Bulletin de l'APAD* [en ligne]: <http://apad.revues.org/406>, mis en ligne le 06 juillet 2006 (consulté le 19/06/2012).

MUSSO, Pierre (2007), « Utopies et idéologies des réseaux », in *ECOREV* (Revue critique d'écologie politique) [en ligne] : <http://ecorev.org/spip.php?article610>, mis en ligne le 8 octobre 2007 (consulté le 24/10/2011).

- NEVEU, Érik (1993), « Pages "Politiques" », in *Mots*, n°37, vol.37, 1993, pp.6-28.
- NEVEU, Érik (1999), « L'approche constructiviste des problèmes publics », in *Études de communication. La médiatisation des problèmes publics*, n° 22, décembre 1999, pp.53 et s.
- NORDENSTRENG, Kaarle (2010), « MacBride Report as a Culmination of NWICO », article issu du colloque "Communication et changement social en Afrique (2) - 30 ans après le Rapport Mc Bride", sous la direction de MIEGE, Bernard, MISSE, Missé (2010), in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne] : [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2010-supplementA/Nordenstreng/index.html](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-supplementA/Nordenstreng/index.html), mis en ligne le 15 janvier 2011 (Consulté le 11/07/2012).
- PYNSON, Laura (2011), « La presse à l'épreuve du web collaboratif : quand la conversation ne va pas de soi », in *Communication & Langages*, n°169, 2011, pp.63-75.
- REBILLARD, Franck (2000), « La presse multimédia. Une première expérience de diversification de la presse écrite sur cédérom et sur le Web », in *Réseaux*, Vol.18, n°101, 2000, pages 141-171.
- REBILLARD, Franck (2010), « Les intermédiaires de l'information en ligne, des agrégateurs aux sites de réseaux sociaux », in *Inaglobal* [en ligne] : <http://www.inaglobal.fr/numerique/article/les-intermediaires-de-linformation-en-ligne#intertitre-3> (consulté le 20/09/2012).
- RUELLAN, Denis (2003), « Les transformations du paysage médiatique régional français à l'ère électronique », in *Médiatiques*, n°30-31, 2003, pp.55-59.
- SIROIS-TRAHAN, Jean-Pierre (2002), « Odin, Roger, *De la fiction*, Bruxelles, De Boeck Université, 2000, 183 p. », in *CiNéMas*, vo.12, n°2, 2002, pp. 187-198.
- SMYRNAIOS, Nikos, REBILLARD, Franck (2011), « Entre coopération et concurrence : Les relations entre infomédiaires et éditeurs de contenus d'actualité », in *Concurrences* N°3-2011, Colloque *Culture-médias & numérique : nouvelles questions de concurrence(s)*, Paris, 8 février, 2011 [en ligne] : <http://univtoulouse.academia.edu/smyrnaios/Papers/1300748/> (Consulté le 14/05/2012).
- SONNAC, Nathalie (2009), « L'économie de la presse : vers un nouveau modèle d'affaires », in *Les Cahiers du journalisme*, n°20, 2009, pp.22-42.
- TREMBLAY, Gaëtan (2007), « De Marshall McLuhan à Harold Innis ou du village global à l'empire mondial », in *tic&société*, n°1, Vol.1, 2007, pp.104-129.
- WEISSBERG, Jean-Louis (2005), « La crise fiduciaire des médias de masse. "Je crois parce que j'expérimente" », in *Multitudes*, n°21, 2005, pp.49-58.

WOLTON, Dominique (2003), « Journalistes, une si fragile victoire », in *Hermès*, n°35, 2003, pp.9-21.

#### **1.4. Thèses et mémoires**

BEMBA, Léon (2011), *Rapports presse et pouvoir politique au Congo Brazzaville 1960 - 1990*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3.

DE LA BROSSE, Renaud (1999), *Le rôle de la presse écrite dans la transition démocratique en Afrique*. Thèse pour l'obtention du grade de docteur, Université de Bordeaux 3, Sciences de l'Information.

DELFORCE, Bernard (1999), *Pour une approche interdisciplinaire des phénomènes de médiation. La dimension discursive : implications et application*. Mémoire présenté en vue de l'habilitation à diriger des recherches, Université de Lille 3.

MISSE, Missè (2003), *Pratiques de communication et changement social. Recherche sur l'appropriation sociale du média Internet en Afrique subsaharienne (Burkina Faso, Cameroun, Côte-d'Ivoire, Sénégal)*. Mémoire complémentaire à la note de synthèse présentée pour l'habilitation à diriger des recherches, Université Stendhal Grenoble 3, UFR des Sciences de la communication.

RAMBAUD, Brice (2008), *Trajectoires africaines de modèles médiatiques occidentaux. Analyse comparative de la presse écrite du Burkina Faso et du Kenya*. Thèse pour l'obtention du doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Bordeaux Michel Montaigne, Bordeaux.

SALLES, Chloë (2010), *Les mutations d'une presse « de référence » : évolution des stratégies d'acteurs à partir de représentations et pratiques journalistiques sur l'Internet. Les blogs au cœur des repositionnements de la presse écrite, le cas du journal Le Monde*. Thèse pour obtenir le grade de Docteur de l'Université de Grenoble, Spécialité Sciences de l'Information et de la Communication, Université Stendhal Grenoble 3, Grenoble.

SCHMITT, Laurie (2010), *Dissonances d'une presse quotidienne en mutation. Enjeux de l'intégration des photographies d'amateurs au sein des pratiques journalistiques*. Thèse pour le doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Grenoble, Grenoble.

TOULLEC, Bénédicte (2004), *Information locale en ligne. Processus d'innovation en Bretagne. 1998-2003*. Thèse pour le doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Rennes 1, Rennes.

## **1.5. Rapports d'expertise et Actes de congrès**

CABEDOCHÉ, Bertrand, RUELLAN, Denis, LE CAM, Florence (2006), « L'information de service public », *Groupe d'intérêt scientifique Marsouin*, rapport d'expertise, broché.

FROISSARD, Pascal (2001) : « Penser les médias sans notion de masse », in *Actes du XIII<sup>e</sup> Congrès national des sciences de l'information et de la communication, Émergences et continuité dans les recherches en information et communication*, Paris, UNESCO, 10 au 13 janvier 2001.

TESSIER, Marc, BAFFERT, Maxime (2007), *La presse au défi du numérique. Rapport au ministère de la culture et de la communication*, Paris, broché.

## **1.6. Dictionnaires et encyclopédies**

CAPUL, Jean-Yves, GARNIER, Olivier (2005), *Dictionnaire d'économie et de sciences sociales*, Paris, Hatier.

COPANS, Jean (1996) « Tribalisme », in *Encyclopaedia Universalis*, corpus 22, Paris, pp.987c-990a.

NANTET, Bernard (2006), *Dictionnaire de l'Afrique. Histoire, Civilisation, Actualité*, Paris, Larousse.

RICOEUR, Paul (1989), « Mythe. Interprétation philosophique », in *Encyclopaedia universalis*, Paris, Encyclopaedia universalis, corpus 15, 1989, pp.814c-821c.

SMITH, Pierre (1989), « Mythe. Approche ethnosociologique », in *Encyclopaedia universalis*, Paris, Encyclopaedia universalis, corpus 15, 1989, pp.810a-812c.

## **1.7. Magazine**

MATTELART, Armand (1995), « Nouvelles utopies, grandes inquiétudes. Une éternelle promesse : les paradis de la communication », in *Le Monde diplomatique*, novembre 1995 [en

ligne] : <http://www.monde-diplomatique.fr/1995/11/MATTELART/1955> (Consulté le 19/06/2012).

## 2. Ressources supplémentaires

### 2.1. Ouvrages

BABU-ZALE (1996), *Le Congo de Lissouba*, Paris, L'Harmattan.

BAZENGUISSA-GANGA, Rémy (1997), *Les voies du politique au Congo. Essai de sociologie historique*, Paris, Karthala.

BÉNÉTON, Philippe (1975), *Histoire des mots : culture et civilisation*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

BOURGES, Hervé (1978), *Décoloniser l'information*, Paris, Cana.

DURAND, Gilbert (1969), *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, Dunod (10<sup>ème</sup> édition).

FOGEL, Jean-François, PATINO, Bruno (2005), *Une presse sans Gutenberg*, Paris, Grasset et Fasquelle.

HALIMI, Serge, VIDAL, Dominique, MALER, Henri (2006), « *L'opinion, ça se travaille...* » *Les médias et les « guerres justes » : Kosovo, Afghanistan, Irak*, Marseille, Editions Agone.

HEGEL, Georg Wilhelm Friedrich (2004), *La raison dans l'Histoire. Introduction à la philosophie de l'Histoire*. Traduction et présentation de Kostas Papaioannou, La Flèche, Bibliothèques 10/18.

ILIFFE, John (1997), *Les Africains. Histoire d'un continent*. Traduction française de Jean-Paul Mourlon, Paris, Flammarion.

JOANNES, Alain (2007), *Le journalisme à l'ère électronique*, Paris, Librairie Vuibert.

KILOKILA-KIAMPASSI, Krysis (2005), *Barbarie et folie meurtrière au Congo-Brazzaville. Un châtiment collectif pour appartenance ethnique*, Paris, L'Harmattan.

KOULA, Ytzhak (1999), *La démocratie congolaise « brûlée » au pétrole*, Paris, L'Harmattan.

LEIBNIZ, Gottfried Wilhelm (1978), *La Monadologie*, Paris, Librairie Delagrave.

LISSOUBA, Pascal (1976), *Conscience du développement et démocratie*, Dakar-Abidjan, Nouvelles Editions Africaines.

MAMPOUYA, Joseph (1983), *Le tribalisme au Congo*, Paris, Joseph Mampouya et la pensée universelle.

MAMPOUYA, Joseph (1999), *Une histoire du rat. Contribution à la critique du messianisme politique au Congo-Brazzaville*, Paris, Editions Encre Noire.

MAYIMA-MBEMBA, Jean-Claude (2008), *La violence politique au Congo-Brazzaville. Devoir de mémoire contre l'impunité*, Paris, L'Harmattan.

NGOÏE-NGALLA, Dominique (1999), *Le retour des ethnies. La violence identitaire*, Abidjan, Imprimerie Multiprint.

NSAFOU, Gaspard (1996), *Congo. De la démocratie à la démocrature*, Paris, L'Harmattan.

PERRET, Thierry (2005), *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala.

POLOMÉ, Pierre (2009), *Les médias sur Internet*, Toulouse, Editions Milan.

RAMONET, Ignacio (2011), *L'Explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse des médias*, Paris, Galilée.

REBOUL, Olivier (1980), *Langage et idéologie*, Paris, Presses Universitaires de France.

SONI-BENGA, Paul (2005), *Les non-dits des violences politiques du Congo-Brazzaville*, Paris, L'Harmattan.

YENGA, Roger (2007), *Connaître le Conseil supérieur de la liberté de communication*, Paris, Publibook.

YOULOU, Fulbert (1966), *J'accuse la Chine*, Paris, Editions de la Table Ronde.

ZANZALA, Serge Armand (2003), *Congo-Brazza, une nation et un peuple tués par ses politiciens*, Paris, Société des Ecrivains.

## 2.2. Chapitres d'ouvrages

MBANZA, Joachim (2003), « Un journal dans la tempête de la guerre civile », in Institut Panos Paris/COTA, *Paroles d'Afrique centrale : Briser les silences*, Paris, Karthala, pp.67-71.

MBANZA, Joachim (2004), « Préface », in Institut Panos Paris, Cordaid, *République du Congo. Les lois sur la presse au Congo*, Paris, Institut Panos Paris, pp.5-9.

MBERRI, Pierre (2004), « Introduction », in Institut Panos Paris, Cordaid, *République du Congo. Les lois sur la presse au Congo*, Paris, Institut Panos Paris, pp.11-14.

SANIBAGUY-MOLLET, Bayi (2003), « Les médias d'Afrique centrale face aux défis des démocraties balbutiantes », in Institut Panos Paris / COTA, *Paroles d'Afrique centrale : Briser les silences*, Paris, Karthala, pp.73-75.



### 2.3. Articles de revues

BAZENGUISSA-GANGA, Rémy (1996), « Milices politiques et bandes armées à Brazzaville. Enquête sur la violence politique et sociale des jeunes déclassés », in *Les Études du CERI*, n°13, avril 1996, pp.1-34.

PERROT, Claude-Hélène (2003), « Ngoie Ngalla, Dominique. -- *Congo-Brazzaville. Le retour des ethnies. La violence identitaire*. Abidjan, Imprimerie Multiprint, 1999, 125 p. », in *Cahiers d'études africaines*, 161 | 2001 [en ligne] : <http://etudesafricaines.revues.org/79>, mis en ligne le 30 avril 2003 (consulté le 30/03/2012).

SERVIER, Jean (1966), « Un exemple d'organisation politique traditionnelle : une tribu kabyle, les Iflissen-Lebhar », in *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée*, n°2, 1966, pp.169-187.

### 3. Autres ressources

La Rencontre pour la Paix et les Droits de l'Homme (RPDH), *Améliorer l'environnement économique et social des médias pour assurer leur indépendance et liberté effectives*. Déclaration à l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de presse, Brazzaville – Pointe-Noire, 3 mars 2011.

Observatoire congolais des médias (OCM) :

- *Autorégulation des médias en République du Congo*.
- *Etat de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007.
- *La pratique du journalisme au Congo : quel avenir pour la profession ?* Rapport du colloque, Brazzaville, 8-10 décembre 2009.

SASSOU NGUESSO, Denis (2009), *Le chemin d'avenir. De l'Espérance à la Prospérité*. Projet de société pour l'élection présidentielle 2009.

## **Annexes**

**I. Extrait du rapport final du colloque *La pratique du journalisme au Congo : quel avenir pour la profession ?*, organisé du 8 au 10 décembre 2009, à Brazzaville.**

**« Rapports des travaux des carrefours et recommandations »**

**Carrefour 1 : Développement des organes de presse**

**I - Obstacles majeurs au développement des organes de presse**

Les participants au carrefour sur le développement des médias ont, d'abord, inventorié les obstacles au développement des médias congolais, avant d'adopter des recommandations. Ils ont insisté sur le handicap majeur du paysage médiatique congolais : l'absence d'une agence nationale de presse performante.

En général, les organes de presse souffrent des maux suivants :

- Insuffisance d'infrastructures, outils de travail onéreux, cadre de travail inapproprié, absence d'Internet, de téléphone, d'outil informatique, de moyens de transport... Il n'existe pratiquement pas de véritable entreprise de presse ; incapacité à constituer des groupes de presse ;
- Déficit de formation : faiblesse des animateurs qui n'ont pas la formation appropriée, d'où piètre qualité des programmes et des contenus des médias ;
- Mauvaise gestion des ressources humaines à laquelle s'ajoute un mauvais management des organes de presse ;
- Insuffisance de ressources financières, d'où faiblesse de la rémunération des personnels des médias ;
- Pesanteurs politiques exercées par l'Etat ;
- Crise généralisée des valeurs dans la société congolaise se traduisant, à tous les niveaux, par le non respect des principes d'éthique et de déontologie régissant les professions ;
- Faiblesse des associations des professionnels des médias du Congo.

**II – Recommandations**

Au regard des obstacles majeurs ci-dessus cités, qui freinent le développement des organes de presse, nous proposons les recommandations suivantes :

**1 - Sur l'insuffisance d'infrastructures :**

- Redynamiser les antennes départementales des organes de presse en les dotant de ressources humaines et matérielles afin de renforcer la couverture nationale ;
- Créer et implanter une maison de la presse avec un centre de ressources professionnelles pour la presse dans tous les départements ;

**2 – Sur le déficit en formation :**

- Etablir une feuille de route pour la relance et la redynamisation des activités du Centre de Formation et de Perfectionnement des Professionnels de l'Information et de la Communication (CFPPIC) ;
- Utiliser les installations des anciens sites de la télé et de la radio comme structures de formation multimédia ;

- Renforcer et optimiser l'utilisation rationnelle des centres privés de formation existants (CRP, Informorac, autres centres)
- Créer un centre de ressources professionnel pour les métiers de la presse (comme espace professionnel équipé, centre de documentation branché, plate-forme professionnelle, adresse professionnelle solidaire, des formations modulaires, des ateliers de recherche/action).

### **3- Sur la faiblesse de la rémunération**

- Etendre la convention collective à toute la corporation

### **4- Sur les sources de financement**

- Budgétiser l'aide publique au développement de la presse ;
- Répertorier les redevances audiovisuelles et recommander au ministère de la Communication et au Conseil Supérieur de la Liberté de Communication (CSLC) leur reversement aux ayants droits ;
- Respecter la décentralisation des budgets des médias d'Etat.

### **5- Sur la crise généralisée des valeurs**

- Promouvoir le respect scrupuleux des lois et autres textes en vigueur sur l'exercice des métiers de l'information et de la communication et cultiver l'amour de la patrie, du prochain et de l'excellence ;
- Instituer l'émulation au sein de la corporation ;
- Diligenter la prise des textes d'application sur la délivrance de la carte de presse aux journalistes, dont les journalistes honoraires.

### **6- Sur la mauvaise gestion administrative**

- Prévoir annuellement des formations modulaires sur la gestion des entreprises de presse

### **7- Sur la qualité des programmes et contenus (aux professionnels des médias)**

- Inciter les médias à produire des programmes locaux pour mieux faire connaître le Congo aux Congolais (es) ;
- Concevoir des grilles de programmes et des rubriques en tenant compte des réalités nationales et internationales ;
- Initier les organes de presse aux techniques de prise de contact avec le public ;
- Envisager la création d'un institut de sondage ;
- Créer une interactivité entre organes de presse afin de promouvoir l'intérêt mutuel.

### **8- sur les pesanteurs politiques**

- Dénoncer toutes formes d'injonction à l'égard des organes de presse, injonctions qui transforment les journalistes en propagandistes et bloquent la démocratie.

## 9- Autres recommandations

- Redéfinir le paysage médiatique en appelant à la fusion de certains organes de presse, afin de créer des groupes de presse ;
- Réhabiliter d'urgence l'Agence Congolaise d'Information, véritable grossiste de l'information, en la restructurant, en la dotant des moyens matériels et logistiques de base, ainsi que d'un équipement technologique adéquat, et en redéployant le personnel sur toute l'étendue du territoire ;
- Créer une centrale d'achat des consommables des médias par l'Etat ou par les opérateurs économiques capables ;
- Obtenir une loi sur la détaxation du matériel de la presse dans le cadre des aides indirectes de l'Etat aux médias, tel que prévu dans la loi 08-2001 du 12 novembre 2001 sur la Liberté de Communication au Congo ;
- Impulser la création des messageries par l'Etat, les Professionnels de la communication ou par les privés pour la diffusion et la distribution des produits de presse sur toute l'étendue du territoire congolais [...]

### **Résolution pour la suppression de la pratique de la corruption des journalistes**

- Considérant que le Congo s'est engagé résolument dans la lutte contre la corruption en vue de l'éradication de la pauvreté et des anti-valeurs (se référer à la loi contre la corruption) ;
- Considérant que la justesse des lois et textes en vigueur en matière de presse garantit le fonctionnement normal et harmonieux des médias congolais ;

Nous, participants au colloque sur « **la pratique du journalisme au Congo : quel avenir pour la profession ?** », recommandons la suppression immédiate de la pratique honteuse, déshonorante et humiliante qui consiste à donner de l'argent aux journalistes pour qu'ils assurent la couverture médiatique d'un événement ;

Recommandons à la Commission nationale de lutte contre la corruption, la concussion et la fraude de prendre en compte cette pratique contraire à la déontologie professionnelle et de la considérer comme une préoccupation majeure ;

Recommandons également aux organisations professionnelles des médias de dénoncer cette pratique et d'agir en coopération avec l'Observatoire Congolais des Médias pour sa disparition.

Fait à Brazzaville, le 10 décembre 2009

Le Colloque »

## II. Extrait du rapport de l'Observatoire congolais des médias, *Etat de la presse en 2006*, Brazzaville, 3 mai 2007, pp.6-7.

vocabulaire de camorra peut avoir des répercussions fâcheuses sur le journalisme au Congo. Indiscutablement, les médias sont affaiblis par les manipulations des hommes politiques et les pouvoirs d'argent. La période électorale risque de faire vivre des situations dramatiques. Car, en échange de quelques billets de banque, pour quelques-uns, le pays tout entier peut connaître une période d'instabilité et d'insécurité.

### Une presse qui n'est pas diffusée...

A Brazzaville, les points de vente sont peu nombreux, la vente à la criée étant la plus répandue. La diffusion vers l'intérieur du pays est assurée par Gx International, à la faveur d'un accord d'échange marchandise conclu avec les différents titres. Cependant, il est très difficile d'avoir un suivi précis des ventes. Il résulte de tout cela que l'impression et la diffusion se concentrent dans la capitale, Brazzaville (plus de 95% des journaux tirés). La diffusion en province est faite de manière individuelle et aléatoire. Les problèmes de diffusion limitent considérablement le développement de la presse écrite. Dans ces conditions, le besoin d'une messagerie apparaît clairement et qui devra répondre aux attentes des consommateurs.

### De nombreux centres d'intérêts non visités

Il est jusqu'à un responsable d'une institution pour relever le manque de diversité des centres d'intérêts du public dans les médias congolais. Ce qui est indispensable c'est que les médias congolais ont opté pour le compte-rendu des activités politiques. Les "unes" ne comportent que des sujets sur la politique. Nous avons observé tous les journaux ayant paru à Brazzaville, de janvier à mars 2007. Nous avons relevé 551 titres

sur les questions politiques et 229 titres sur des sujets comme le sport, la culture, la santé, etc.

Lorsqu'on pose la question de savoir pourquoi les médias privilégient-ils la politique, la réponse est donnée, sans hésitation : la politique fait vivre les journalistes et non, les journaux. La nuance est importante. Ceux qui convoquent la presse versent le perdium à celui qui couvre l'événement et non pas à l'organe de presse qui emploie le reporter. La soif de gain facile fait oublier de traiter des sujets attendus par les lecteurs, auditeurs et téléspectateurs.

Des exemples ? La campagne électorale qui vient de se dérouler en France n'a pas donné lieu à des analyses approfondies dans la presse congolaise. Nous avons eu l'impression que la situation en France ne regarde que la France. Des changements vont s'opérer dans l'ancienne puissance coloniale avec laquelle l'Afrique francophone dont nous faisons partie- entretient des relations privilégiées. Le Congo compte de nombreux ressortissants dans ce pays et les débats, lors de la campagne électorale, ont surtout porté sur l'émigration et l'immigration. Nous faisons la même remarque en ce qui concerne la situation vécue, récemment, par la République Démocratique du Congo.

Nous invitons les médias congolais à opérer leur mue. Ils doivent se comporter autrement. Ils doivent pousser leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes à regarder leur pays autrement, à les ouvrir sur l'extérieur. Les médias congolais se doivent d'être charitables, c'est-à-dire vrais. Et être vrai, c'est être inquiet. Ils doivent être vrais dans la façon d'informer, de former, de distraire.

### **III. Extrait d'un entretien avec un membre de l'Observatoire congolais des médias (OCM), réalisé le 21 juillet 2011, à Brazzaville.**

\* [...] Parce qu'ils n'ont pas de ressources suffisantes ?

\*\* Voilà. Mais, au départ, avant de lancer un journal, il faut des moyens ; c'est une entreprise comme les autres. Vous voulez vendre du manioc ? Ben, le manioc, ce n'est pas vous-même qui le faites. Vous voulez l'acheter ? Mais, pour l'acheter, il faut de l'argent. Donc, il faut un fonds de départ, ce qu'ils ne constituent pas. Donc, ils se lancent comme ça et, après, ils ne peuvent pas aller loin. Donc, ils ne peuvent pas faire des démarches, parce que la publicité, pour l'obtenir, il faut quelqu'un qui soit capable de démarcher. Or, la publicité qu'ils ont maintenant ici, c'est la téléphonie mobile, mais qui [les opérateurs de téléphonie mobile] proposent aussi leur prix. Alors que dans le temps...

\* Ce n'est pas le journal qui propose ?

\*\* Ce n'est pas le journal qui fait. Il vous dit : « Bon, je vous prends à 100 000 [francs CFA]. Bon, voilà la page ». Alors que, la page, vous devriez normalement la vendre à 500 000 [francs CFA], ou je ne sais pas quoi... Vous êtes obligé de l'accepter, parce que vous n'avez rien d'autre [...]. Il y a tout un tas de choses, qui font que, vraiment, le développement... Bon, ensuite, parce qu'il faut du personnel. Dans les rédactions [...], vous arrivez, ou il est seul, ou ils sont deux. Mais à deux, qu'est-ce qu'on peut faire ? C'est parce qu'on ne peut pas payer.

\* Il y en a même qui n'ont pas de siège.

\*\* Voilà ! Oui, ils n'ont pas de siège. Alors, qu'est-ce que vous pouvez faire ? Donc, on leur a dit : « Regroupez-vous ». Mais se regrouper, ce qui suppose qu'on a des objectifs. Or, ils n'en ont pas ; ils vivent au jour le jour. Ça paraît aujourd'hui, bon... Il y aura bientôt la campagne. Quand il y aura la campagne, c'est tel député, ou candidat de tel machin [qui dit] : « Bon, là il faut que j'aie un moyen d'expression ». Il vient vous donner 300 000 [francs CFA]. Bon, alors vous vivez. Donc, ce n'est pas véritablement des entreprises de presse. Dans le petit papier que j'ai, vous verrez que j'ai demandé à l'État pour qu'il y ait des exonérations. Vous faites venir des ordinateurs, un organe de presse ne devrait pas payer, si c'est destiné à faire vivre l'entreprise de presse. Il y a beaucoup de choses ; il y a des impôts [...]. La France dépense beaucoup pour des journaux, comme *Le Monde*, *Le Figaro*, et tout le reste. Pour être expatrié, pour sortir du pays, pour la propagande, c'est la France qui paie, parce que c'est la culture française qui va explorer d'autres mondes. Chez nous, on ne pense pas à ça.

\* Il n'y a pas de subventions ?

\*\* Non, pour le moment, aucune. Une seule fois. Bon, en 1956, c'étaient 3 000 000 [francs CFA] qui avaient été donnés à *France équateur*. Et puis, c'est en 2001 que le Congo, l'autre a donné 300 000 000 [francs CFA], je crois.

\* *France équateur* ? Ce sont des journaux qui existaient avant ?

\*\* C'est des journaux qui existaient avant. Ça, c'est la France qui avait donné. En 56, bien sûr, on n'était pas encore indépendant. La seule, ce que j'ai en mémoire, il y avait eu 3 000 000 [francs CFA], je crois, de subventions. Mais ici, on a eu 300 000 000 [francs CFA] de subventions en 2001. L'État a donné à la presse 300 000 000 [francs CFA], à l'occasion du colloque – comment on appelle ça ? –, en fait, une réunion de la presse francophone, qui s'était tenue ici en 2001 [...]. Mais la répartition – je ne vous en dirai pas le mot –, la répartition de cet argent a posé des problèmes. *La Semaine [Africaine]* a pu avoir peut-être deux ou trois ordinateurs, et 2 000 000 ou 3 000 000 [francs CFA], sur les 300 000 000 [francs CFA]. Et donc, il y en a qui n'ont eu que 500 000 [francs CFA]. Il y en a qui n'ont pratiquement rien eu.

\* La loi dit, quand même, que l'État devrait subventionner la presse ! Il n'y a jamais eu un décret d'application de cette loi ?

\*\* Je vous donnerai des décrets d'application qui n'ont pas été appliqués [...]. Alors, c'était destiné à la presse privée, mais ç'a servi à faire vivre le machin qui est là, qui est un truc d'État [...], pour la presse internationale. Je me dis comment sauver la presse congolaise... En fait, le gros problème, c'est l'aide de l'État. L'État doit aider la presse, mais il n'est pas décidé à l'aider, parce qu'il craint que ça se retourne contre lui. Moi je suis persuadé que... parce que l'aide, cela suppose la mise en place d'une commission d'attribution. Or, on n'y pense pas encore [...]. Ils [les journalistes] n'ont pas de carte de presse... On a donné la responsabilité d'attribuer les cartes [de presse] au *Conseil supérieur de la liberté de communication*. Bon, j'ai appris qu'ils ont pris une décision, et ils demandent, combien ? 10 000 [francs CFA] ? Bon, je crois qu'ils demandent 10 000 [francs CFA] à chaque journaliste, pour avoir sa carte de presse [...].



#### **IV. Extrait d'un entretien avec un membre de l'équipe de rédaction de *La Semaine Africaine*, réalisé le 08 juillet 2011, à Brazzaville.**

\* [...] En fait, vous, l'information, on vous la propose.

\*\* Oui, on nous appelle. Ce sont eux qui nous la proposent, ce n'est pas le contraire. Ce n'est pas nous qui allons vers elles, pour... Je ne sais pas si tu comprends cette nuance-là.

\* Finalement, quelles sont vos sources d'information ? Quand vous dites que ce sont eux qui vous appellent, c'est donc les sources qui vous proposent l'information ?

\*\* Ça, c'est en ce qui concerne l'information institutionnelle – c'est comme ça qu'on appelle ça. Sinon, nous, on a plusieurs sources d'information, ce qui fait, d'ailleurs, la différence avec les autres journaux. On a des collaborateurs extérieurs, qui nous proposent des articles. Vous verrez, par exemple, pour les articles en « *point de vue* », on a des collaborateurs qui écrivent : des universitaires, des chercheurs et consorts, qui écrivent des papiers et qui nous les proposent. Nous aussi, au niveau de la rédaction, on traite des sujets que nous jugeons utiles de faire passer dans le journal. Au cours de notre conférence de rédaction, chacun propose un thème à développer. Par rapport à cela, si c'est arrêté, le journaliste fait son papier.

\* Quels sont donc les critères de validation, pour l'information que vous jugez pertinente pour votre journal ?

\*\* Notre souci majeur, c'est que ça soit une information qui soit vendable, qui puisse vendre notre journal. Donc, le premier critère, c'est ça : une information qui accroche, une information que les autres journaux n'ont pas.

\* Que les autres journaux n'ont pas ?

\*\* Que les autres journaux n'ont pas, ou ont peut-être traité, mais d'une autre façon que la nôtre.

\* Est-ce qu'il y a des institutions avec lesquelles vous avez des rapports privilégiés, quand vous parlez de l'information institutionnelle ?

\*\* Rapports privilégiés, non. On n'a pas de rapports privilégiés avec un ministère, ou une institution, à ce que je sache, parce que privilégié, ça veut que, quand cette institution a une activité, on est obligé de parler de ça. Non ! Non ! Non !

\* [...], quand vous faites la part des choses, sur le volume de l'information par édition, est-ce que vous arrivez, quand même, à vous retrouver dans ce qui se dit, comme quoi, il y a plus d'informations institutionnelles – comme vous l'appellez –, par rapport aux informations, concernant les autres secteurs de la société congolaise ?

\*\* Oui, ça c'est vrai. Il n'y a qu'à voir le journal : ce sont des reportages des ministères. Ça, c'est vrai.

\* Mais qu'est-ce qui explique ça ?

\*\* Ce qui explique ça, c'est que, c'est comme je vous l'ai dit tout à l'heure, eux, ils savent qu'une information diffusée dans *La Semaine Africaine* porte, va loin. D'où le fait qu'on soit [sic] complètement assailli.

\* Mais, est-ce qu'il y a des stratégies de financement au niveau de votre journal ?

\*\* Stratégies de financement en tant que telles...

\* Je voudrais parler de sources de...

\*\* Je comprends bien cette question. *La Semaine Africaine* est un journal de la Conférence épiscopale du Congo. Et vous savez certainement que, depuis plus de deux décennies, nous n'avons plus de financements. Nous vivons grâce aux annonces. Ce sont les annonces qui nous font vivre.

\* Surtout les annonces venant des institutions publiques... les publi-reportages...

\*\* Non, je dirais, non ! Non ! C'est plutôt des sociétés privées. On a des sociétés privées, des sociétés de téléphonie mobile, par exemple, *Airtel*, *MTN*, des sociétés comme *Total*.

\* Donc, des entreprises.

\*\* Des entreprises.

\* Quand vous dites que votre journal est incontournable aux yeux des institutions publiques, il y a comme une sorte de croyance au pouvoir des médias. Disons que les institutions savent qu'une information portée par le journal...

\*\* Quand je dis institutions, il ne s'agit pas seulement des institutions gouvernementales. Il y a des organismes internationaux, qui ne font passer leurs annonces que dans *La Semaine Africaine*. Il y a des notaires, qui ne font passer leurs annonces que dans *La Semaine Africaine*.

\* Ça, ce sont des annonces, ça concerne plutôt la page commerciale. Est-ce que la vente au numéro représente des entrées significatives ?

\*\* Non ! Non ! On aurait fermé, parce que les Congolais ne lisent pas beaucoup, vous en savez quelque chose. D'abord, le journal est tiré à combien d'exemplaires ? 1 500 à 3 000, fois 250 [francs CFA]. Ça ne représente rien, par rapport à tout ce qu'on a, comme charges.

\* Mais si les Congolais ne lisent pas beaucoup, qu'est-ce qui explique le fait que, ces institutions pensent que, en passant par votre journal, leur message sera reçu ?

\*\* Non, ils ne lisent pas beaucoup. On est aussi sur le Net [Internet]. Donc, en dehors du papier, on est aussi sur le Net. Et qui dit Net, c'est le monde entier.

\* On arrive finalement au niveau des publics. Quels sont finalement les publics que vous ciblez, à travers votre offre informationnelle ?

\*\* Il n'y a pas un public défini ; c'est à tout le monde. Ça s'adresse à tout le monde.

\* C'est donc une information générale que vous livrez. Il n'y a pas de segments de publics.

\*\* Non ! Non ! Non ! Il n'y a pas de segments de publics.

\* Au sein de ce public général, vous ne visez pas un public qui serait plus nanti ? Par exemple, en ce qui concerne les annonces des sociétés qui offrent d'autres produits, qui font la promotion de leurs produits, à travers ces annonces, elles visent quand même un certain type de publics, qui seraient des clients potentiels pour eux.

\*\* Tout à fait. Oui, ça c'est une évidence.

\* Mais vous, vous n'adaptez pas l'offre informationnelle, par rapport à ces publics-là ?

\*\* Non, pas spécialement.

\* Vous avez parlé de ligne éditoriale, disant que *La Semaine Africaine* a une ligne éditoriale. Est-ce que vous pouvez nous définir cette ligne éditoriale, en quelques mots ?

\*\* En quelques mots, vous savez, quand vous voyez le paysage médiatique, c'est comme des partis politiques : il y a ceux qui sont du pouvoir, et ceux qui sont dans l'opposition. Nous, on s'efforce, dans votre ligne éditoriale, d'être au milieu.

\* Etre au milieu, en quoi faisant ? Parce que, comme vous l'avez dit, tous, vous êtes appelés, quand il y a des manifestations. Vous avez dit que c'est la manière de traiter l'information qui vous différencie des autres. Quels sont les registres que vous utilisez, pour jouer cette neutralité-là ? Parce qu'un genre journalistique renvoie aussi à un certain type de communication. Un commentaire, un reportage, une analyse, ou un compte rendu, ça n'a pas le même effet au niveau communicationnel.

\*\* Oui, tout à fait. Nous, on utilise tous les genres journalistiques. On a des reportages, on a des éditoriaux...

\* Mais quand on lit *La Semaine Africaine*, on a quand même l'impression qu'il y a plus de comptes rendus que d'analyses, de mises en perspective de l'information.

\*\* Ça c'est vrai, je n'ai pas dit le contraire.

\* Quels sont alors les éléments qui peuvent faire transparaître votre ligne éditoriale ?

\*\* Quand on dit compte rendu, ça ne veut pas dire qu'on ne peut pas émettre un point de vue. On peut faire un compte rendu, mais, à la fin, on peut faire un petit commentaire.

\* C'est ce que l'on ne perçoit pas souvent dans *La Semaine Africaine*.

\*\* Bon, ça c'est vous qui le dites, mais moi, je sais que, même quand c'est un compte rendu, le reporter... moi, en ce qui me concerne, je fais toujours un petit commentaire.

- \* Et c'est ce commentaire-là qui va vous démarquer, par rapport aux autres ?
- \*\* Voilà ! C'est là que je mets mon point de vue, par rapport à l'activité qu'il y a eu.
- \* Et le ton ? Ce n'est pas un ton polémique ?
- \*\* Non ! Non ! Non ! Ça ne ressemble pas à *La Semaine Africaine*.
- \* Mais on parle aussi (ça, c'est dans le rapport du colloque) des pressions extérieures exercées sur les organes de presse. D'où viendraient ces pressions-là ?
- \*\* Des expressions extérieures ? Je ne suis pas en mesure de vous dire quelque chose là-dessus. Moi, personnellement, je n'ai jamais reçu de pressions.
- \* Et au niveau du journal, de l'entreprise, je veux dire ?
- \*\* De l'entreprise... Bon, c'est vrai qu'il peut arriver que tu fasses un papier, puis c'est mal perçu par les organisateurs. Mais ça, ça arrive. Des pressions en tant que telles, non... En tout cas, moi je n'ai pas de pressions.
- \* Et au niveau de la régulation de la presse, en général, au Congo, quelles sont les principales instances de régulation ?
- \*\* La seule instance que je connais, c'est... il y a d'abord le *Conseil supérieur de la liberté de communication*. Disons que la seule instance, c'est celle-là.
- \* Mais au niveau de l'organisation professionnelle, au niveau national ?
- \*\* Il y a, par exemple, l'OCM, l'*Observatoire congolais des médias*.
- \* Comment le CSLC, par exemple, contrôle l'activité de la presse ?
- \*\* Ils ont, ce qu'ils appellent là-bas, un *monotoring*. Donc, ils ont des journaux à chaque parution. Maintenant, s'ils constatent qu'il y a quelque chose qui ne va, ils vous écrivent, ou vous appellent. Bon, ce n'est pas encore arrivé à *La Semaine Africaine*, mais il y a des journaux dont on a interdit la parution, parce qu'ayant véhiculé un message de nature, par exemple, à perturber l'ordre public.
- \* Est-ce que vous pensez que ce genre de régulation limite, quelque part, la liberté d'expression, au niveau de la presse, de la liberté de presse, je voulais dire ?
- \*\* En fait, oui ! Oui ! Du moment où vous pouvez interdire la parution d'un journal, quelque part, il faut reconnaître que vous entravez la liberté de presse.
- \* Mais quelle serait donc la responsabilité sociale de la presse, par exemple ? Quelque part, vous avez évoqué le cas d'une information susceptible de provoquer le trouble à l'ordre public. Quelle serait donc la responsabilité de la presse ?
- \*\* La responsabilité... Au niveau des sanctions, on n'est pas obligé de suspendre un journal ; on peut, par exemple... ça peut être d'autres sanctions.

\* En tant que journaliste congolais, quel serait le rôle de la presse dans la société congolaise, en tenant compte de tous les paramètres de notre société : paramètres sociaux, culturels, politiques... ?

\*\* Le rôle, c'est informer, éduquer...

\* Vulgariser aussi, par exemple, les politiques gouvernementales....

\*\* Oui, ça fait aussi partie des missions du journaliste [...].

**V. Extrait d'un entretien avec un membre de l'équipe de rédaction des *Dépêches de Brazzaville*, réalisé le 18 juillet 2011, à Brazzaville.**

\* [...] lorsque l'on regarde le volume d'informations qu'il y a dans une édition, est-ce que vous vous rendez compte que, généralement, l'information politique domine par rapport aux autres secteurs de la vie générale, dans la société congolaise ?

\*\* Bon, dire que l'information politique domine, généralement, non, parce que, généralement, en ce qui nous concerne, surtout la version imprimée – parce que nous avons deux éditions : on a une édition en ligne, et une édition imprimée –, vous verrez donc dans le journal... Le journal est reparti par rubriques : il y a des pages politiques, des pages économiques, des pages sociales, ainsi de suite. Donc, l'information politique occupe la place qui lui est réservée, l'information économique, l'information internationale, également. C'est vrai, il peut arriver que, par rapport à l'actualité, l'information politique puisse primer sur les autres informations. Mais nous nous efforçons toujours à équilibrer les différentes rubriques, pour que certaines rubriques n'empiètent pas sur d'autres.

\* C'est donc le même volume d'espace que vous attribuez à chaque rubrique.

\*\* Oui, nous nous efforçons à attribuer le même volume d'espace à chaque rubrique. Sauf que, comme je vous l'ai dit au départ, il se peut qu'il y a [sic] une information importante qui puisse occuper la plus grande partie du journal.

\* On dit aussi que, dans la presse congolaise, on traite souvent l'information sur invitation, c'est-à-dire que, ce n'est pas la rédaction elle-même qui choisit les sujets à traiter, mais c'est suivant les invitations que l'on reçoit.

\*\* Bon, ça c'est bien réel, mais, en ce qui nous concerne surtout, nous ne sommes pas un journal d'opinion, nous sommes un journal d'information générale. Nous sommes là pour relayer l'information, les activités qui se déroulent dans n'importe quel secteur d'activité. Et à ce moment, les sources deviennent les organisateurs de cette activité. Voilà pourquoi, quand on invite, il y a tel événement qui se passe, pour aller chercher l'information, parce que nous pouvons diffuser cette information, vérifier si elle est authentique. Bon, les enquêtes, il nous arrive de les faire, mais on le fait de moins en moins.

\* Est-ce par option, par manque de moyens, ou par manque de formation du personnel ?

\*\* Non, ce n'est pas par manque de formation, car c'est un personnel professionnel : tout le monde est journaliste, tout le monde est passé par des écoles de journalisme. C'est une option qu'on a prise, comme ça, d'être un journal d'information. Parce qu'on ne voulait pas tomber

dans les travers, puisque, si ce n'est plus l'information que vous mettez, c'est [sic] des analyses, et on peut verser dans le subjectivisme. Voilà !

\* Donc, c'est une ligne éditoriale.

\*\* Oui, c'est une ligne éditoriale. Notre ligne éditoriale, c'est d'être un journal d'information générale.

\* D'accord. Si les sources sont focalisées sur les organisateurs d'événements, ça veut dire que la priorité est donnée à l'information institutionnelle, dans la mesure où les publics ordinaires, qui vivent certaines réalités, n'ont pas les moyens de les rendre publiques, en vous adressant les invitations ?

\*\* Non ! Le public ordinaire, comme vous le dites, n'est pas oublié. C'est-à-dire que ce sont les institutions publiques qui nous invitent ordinairement, mais le public ordinaire n'est pas oublié, c'est-à-dire qu'il nous arrive aussi de traiter l'information qui intéresse directement ce public, ce que ce public vit au quotidien. Voyez-vous ! Ça peut être des ONG, ça peut être la société civile : on couvre leurs activités, indépendamment des activités des institutions.

\* Et là aussi, c'est sur invitation que vous intervenez ?

\*\* Bon, il y a, parfois, sur invitation. Parfois, on nous donne l'information, disant qu'il se passe ceci, dans tel secteur, on a besoin d'un journaliste sur place pour collecter l'information.

\* Vous confirmez aussi cette pratique, qu'on appelle ici la « *camorra* », c'est-à-dire que, quand un organisateur d'événement invite des journalistes, à la fin, c'est souvent l'organisateur de l'événement qui supporte les frais de déplacement, ou de reportage ? Est-ce que cela ne vous rend pas dépendant, vis-à-vis de l'organisateur de l'événement ?

\*\* La pratique est bien réelle, dans notre pays, que ça soit au niveau des organes d'État, ou des organes privés ; ça devient comme institutionnalisé. Mais, en ce qui nous concerne, nos journalistes ne dépendent pas de l'organisateur. La preuve en est que, tous les matins, on met à leur disposition les moyens qu'il leur faut pour couvrir l'actualité, parce qu'ils ne sont pas obligés de recevoir des paiements de ces gens-là, qui organisent des événements, pour garder justement leur indépendance. Mais il reste que, devant l'argent, puisque tout le monde en prend, les nôtres également [...]. Mais ils ne sont pas obligés de traiter l'information par rapport à ceux qui leur ont donné l'argent, parce que l'information, c'est le journaliste lui-même qui juge, si elle est bien fondée, ou pas. Il y a des activités, où le journaliste trouve qu'il n'y a pas la matière, par rapport à sa ligne éditoriale, et il ne traite pas l'information. Même si les frais de déplacement lui ont été donnés, mais il n'est pas tenu, parce qu'il a reçu les frais de déplacement.

\* Et il n'y a pas de réactions ?

\*\* Non ! Non ! Il n'y a pas de réactions. Bon, c'est vrai que, lorsque certains organisent une activité et qu'ils invitent la presse, ils voudraient que cette activité-là puisse être [sic] relayée, pour qu'elle soit connue des publics.

\* Et qu'elle leur soit aussi favorable, c'est-à-dire que le traitement soit positif, vis-à-vis de l'organisateur, que ça véhicule une image positive ?

\*\* En ce qui nous concerne, nous, c'est l'information comme telle : ce que vous avez fait, ce que vous avez dit, c'est ce que nous relayons. Donc, nous nous gardons toujours d'extrapoler.

\* Vous ne faites donc pas de commentaire, d'analyse ?

\*\* Non ! Non ! Non !

\* C'est vraiment des comptes rendus factuels ?

\*\* Voilà. C'est des comptes rendus factuels [...].

\* Au niveau du public, vous n'avez pas une politique de marketing pour pouvoir cibler un public ? Vous donnez une information générale, sans segmenter le public ?

\*\* Non ! Non ! Notre public est fait de toutes les couches sociales. La preuve en est que notre journal est vendu à 100 francs. C'est pour qu'il intéresse même le Congolais de basse échelle, c'est-à-dire que, depuis l'élève du primaire, il peut déjà lire, il peut avoir ses 100 francs, pour qu'il puisse acheter le journal. C'est important de donner l'information à tout le monde, et également cultiver le goût de la lecture à tout le monde. Parce que, si on avait constaté que le Congolais lisait de moins en moins, bon, c'était peut-être pas sa faute, nos journaux étaient également vendus trop chers. 500 francs, c'est peut-être pas beaucoup, mais 500 francs, pour un Congolais ! Il se dit que j'ai 500 francs, et que je dois acheter un journal ? Et le reste des problèmes que j'ai ? Or, lorsqu'on a 500 francs, on peut enlever 100 francs, pour acheter le journal, et il peut me [sic] rester 400 francs.

\* Mais, avec ce prix – qu'on pourrait dire « *démocratique* » –, est-ce que cela suffit, par exemple, pour couvrir les charges du journal ?

\*\* Ça ne suffit peut-être pas, mais nous avons instauré, dans la maison, une politique [...]. Parce que le journal est vendu trois fois : il est vendu aux abonnés (qui sont sur Internet), il est vendu à la criée, et il est également vendu aux annonceurs. Or, vous constaterez que, dans notre journal, il y a des gens qui prennent des pleines pages, des demi-pages, des quarts de page. Donc, si nous disons que notre journal est vendu à 100 francs, pour nous, ce n'est pas un manque à gagner, puisque le prix réel de la page pleine de publicité, c'est 300 000 francs, ou mettons à 450 000. Voyez-vous ! Mais comme on n'est qu'un quotidien [sic], personne ne peut s'en passer. Aujourd'hui, on n'a pas de concurrent. Tout le monde a besoin de faire passer sa publicité chez nous. Et, à ce moment, si vous avez déjà une page pleine, nous vous



la proposons à 60 000 francs CFA ; c'est à prendre, ou à laisser, parce que vous n'aurez pas mieux ailleurs. Sinon, vous allez vous adresser aux hebdomadaires, aux mensuels, et autres. Vous voulez bien faire passer votre publicité ? Nous vous la vendons à 50 000 francs. Dans les 50 000 francs, vous êtes en train de compenser le prix de vente [du journal].

\* Ça veut donc dire que la source principale de financement, c'est la publicité.

\*\* Oui, c'est la publicité. Et, également, on a aussi notre imprimerie, ici, chez nous. Voyez-vous ! On a beaucoup de clients, des confrères, qui viennent éditer leurs journaux chez nous... Là aussi, on joue sur les prix, pour essayer de compenser le prix de vente.

\* [...] est-ce que les journalistes se servent aussi des sources en ligne, telles que les blogs, les forums, les réseaux sociaux, comme *Facebook*, pour pouvoir trier les informations qu'ils peuvent traiter, au niveau du journal ?

\*\* [...] non ! Nous ne nous servons pas pratiquement de ces réseaux-là, surtout des réseaux personnels, tels que les blogs ; on s'en sert pas. Mais plutôt d'autres, comment je peux dire, d'autres confrères, qui sont également en ligne, avec lesquels nous avons des partenariats [...]. Il peut y avoir une agence, comme *Chine Nouvelle*, une agence comme l'*AFP*, une agence comme... les agences d'information en français, des agences officielles. À ce moment, c'est surtout pour l'information internationale. On est ici au Congo, on ne peut pas couvrir tout ce qui se passe au niveau international. C'est vrai que nous avons une rédaction internationale, qui est basée à Paris – c'est celle-là qui est chargée de couvrir l'actualité internationale –, mais, au niveau d'ici, de la maison, du siège, on se sert de ces agences-là, pour traiter de l'information internationale. Mais les blogs des particuliers et autres, on s'en méfie, on s'en méfie.

\* [...] ces blogs-là, ces forums, ce qu'on appelle les « *nouvelles* » formes de communication, *via* Internet, prennent de l'ampleur, parce qu'il y a, effectivement, un certain public, qui ne se retrouve pas dans ce qu'on appelle les médias « *traditionnels* », ou les médias « *établis* », et qui se saisit de ces nouveaux dispositifs, pour pouvoir réagir [...], pour essayer de contourner, un peu, ces médias. Est-ce que, en s'en méfiant, vous ne risquez pas de vous marginaliser encore plus ?

\*\* Non, nous ne nous en méfions pas parce qu'on a peur d'eux, ou qu'on craint la concurrence. Non ! Nous, on s'en méfie simplement parce que, en réalité, ce sont des trucs informels. Voyez-vous ! Moi, je peux avoir mon blog à moi. Je suis un individu. Je peux parfois échapper au circuit normal de contrôle. L'information que je peux balancer, c'est tout ce qui me passe par la tête, ce que je ne pourrai pas dire dans un organe sérieux. C'est un peu comme les sentiments que je déverse sur mon blog. Et si cela retient l'assentiment de mes

lecteurs, bon, ça les intéresse, je peux donc me permettre, dans mon blog, de parler, de raconter n'importe quoi, sur n'importe quelle personnalité. Et à ce moment-là, il y a toujours un engouement pour les publics. Peut-être que ce sont des choses qui séduisent. Maintenant, en tant que journaliste, travaillant dans un organe de presse qui se dit sérieux, il faut quand même se méfier de se retrouver, un jour à l'autre, devant les tribunaux, et je crois que vous [sic] ne serez pas capable de défendre...

\* Comme vous le dites, ce genre de communication se situe, souvent, dans une tendance parfois oppositionnelle, vis-à-vis des institutions établies [...]. On dit que les médias « *traditionnels* » sont dans une relation de coopération avec les institutions établies. Voilà pourquoi les journalistes s'en méfient. Est-ce que, c'est parce que vous voulez préserver cette relation de coopération avec les institutions, que vous ne voulez pas vous embarquer là-dedans, au risque de vous voir, par exemple, fermer d'autres portes, en vous reprochant de relayer ce que raconte la « *rue* » ?

\*\* Mais c'est un choix ! Tout cela est déterminé par la ligne éditoriale. En ce qui nous concerne, nous sommes un journal uniquement d'information générale. Donc, chez nous, ça doit être des faits, qui sont vérifiés. Imaginez-vous que je tombe dans [sic] un blog quelconque, et je trouve une information. Je n'ai pas la capacité de vérifier cette information-là. Alors je la prends, et je la balance directement dans notre journal. Et si jamais l'information n'était pas vérifiable, valable ? À ce moment-là, c'est le journal qui va tomber, peut-être, dans des poursuites, et autres... C'est un peu tout ça. Si on est un journal d'opinion, de commentaire, ou autres, bon, on peut s'en servir, on peut essayer... Si on était dans un journal qui avait une telle ligne éditoriale, je pourrais m'en servir. Il y a des confrères qui s'en servent. Nous, c'est parce que notre ligne éditoriale voudrait que nous ne puissions donner que l'information qui est exacte [...].

**VI. Extrait d'un entretien avec un membre de l'équipe de rédaction de *Talassa*, réalisé le 28 juillet 2011, à Brazzaville.**

\* [...] Vous parlez de frustrations, et même des gens qui viennent vous parler et qui n'ont pas la possibilité de se faire entendre par les autres médias. Pensez-vous que si on avait, par exemple, l'Internet haut débit, s'il y avait l'accès à ces technologies [de l'information et de la communication], ces gens-là devraient s'exprimer à travers Internet (les blogs, les réseaux sociaux...), puis marginaliser la presse qui, apparemment, ne s'occupe pas de leurs expériences ?

\*\* Au fait, c'est l'opinion que nous commençons à nous faire, puisque nous avons commencé déjà à recevoir certaines informations de l'extérieur, c'est-à-dire de vous qui êtes à l'étranger – en Europe, et tout. Les collègues nous envoient leurs réflexions sur Internet. De fois, c'est des publications qui sont faites sur Internet. Donc, vous entrez, c'est un site qui est ouvert, et...

\* Vous vous en servez ?

\*\* Voilà ! Souvent, pas mal. Donc, nous aussi, souvent, on prend. Et puis, on cite les sources, pour dire que nous ne sommes pas les [sic] seuls, qu'il y a aussi des Congolais, des étrangers aussi, qui ont peut-être, voilà...

\* Eux, parce qu'ils ont peut-être la facilité d'accès à ces technologies de l'information et de la communication...

\*\* C'est ce que nous sommes en train de dire, effectivement.

\* Mais, en interne, avec le projet de la fibre optique, si les Congolais accédaient aussi à cette facilité d'accès à ces technologies, vous les accompagnerez dans leurs expressions ?

\*\* C'est sûr, parce que nous le faisons déjà. Mais ce qui est à craindre, comme vous l'avez dit, cher collègue, c'est un peu comme la baisse de nos ventes, parce qu'au fur et à mesure qu'on avance, nous-mêmes, on essaie de comprendre que – ça dépend des éditions et des publications –, des fois, nous avons des méventes. Parce que, ce que nous disons, que ça soit à *La Semaine Africaine*, à *Talassa*, et autres, on dirait que, ceux qui nous lisent, ont déjà une autre information.

\* C'est comme si vous passiez à côté de leurs attentes ?

\*\* Voilà. On dirait que, nous-mêmes, nous avons été devancés, parce que, justement, comme vous venez de le dire, la mondialisation, la globalisation de l'information... En fait, les échanges sont devenus plus fréquents. Donc, hier, si on n'avait pas accès à quelque chose qui venait de l'étranger, mais aujourd'hui, même ce qui se passe ici chez nous, nous avons

l'information de l'étranger. Donc, c'est l'étranger, c'est vous qui nous informez, vous qui êtes en France, ou ailleurs, pour dire que, bon, voilà, c'est ce qui s'est passé hier chez vous...

\* C'est par manque de prise de contacts avec les publics ?

\*\* Justement. Le lendemain, quand nous voulons rattraper l'information, on nous dit que, mais c'est déjà fait, puisque... Il faut voir *RFI* [*Radio France Internationale*], il faut voir dans les sites, les agences, la *BBC* : ils en ont déjà parlé. Mais ici, nous-mêmes, nous avons un problème d'accès aux sources ; ça aussi, il faut l'avouer. Ne pensons pas que, parce que nous sommes presse écrite privée, qu'elle soit en ligne, ou sur support papier... Nous avons des problèmes d'accès aux sources. Tout ce que nous écrivons, c'est avec beaucoup de peine. En tout cas, la plupart des sources officielles sont hermétiques aux médias privés, parce que, justement, il y a comme un problème de rétention de l'information. Bon, des fois, c'est fait à dessein, parce qu'un directeur général ne voudrait pas parler, si le ministre n'a pas donné l'autorisation : « il faut voir le dircab [directeur de cabinet], le conseiller, untel... ». Ça devient comme un flou artistique. Vous savez que l'information est une denrée périssable. Donc, [si] dans les vingt-quatre heures, vous avez compris que toutes les portes sont fermées, le mieux, c'est de rester, peut-être, à la première [information]. Donc, souvent, c'est ça qui fait le recoupement avec la rumeur et les sources anonymes. Tu vois, donc, on est souvent obligé de susciter un peu la réaction de ceux qui ont la vraie information, en donnant comme une information au conditionnel. Vous remarquerez que la presse nationale, souvent, surtout privée, les premières informations sont au conditionnel : « Untel serait-il empoisonné ? Untel aurait-il eu des rivalités avec... » [...]. Et quand on vérifie, à la fin, ce n'est pas souvent faux. Mais, souvent, les gens s'abstiennent, parce que, à côté de telle ou telle obédience, il y a un problème de la loi du silence. Donc, c'est souvent cela. Mais nous reconnaissons que, souvent, nous sommes un peu comme court-circuités par les NTIC [Nouvelles technologies de l'information et de la communication], parce que, simplement, bon, là-bas, l'information circule, et puis, à haut débit. Comme vous l'avez dit, le monde planétaire, les échanges d'information sont fluides, il n'y a pas de problème.

\* Mais ce manque de contact avec les publics pourra faire que certains publics vous court-circuitent, si l'on a le haut débit, ici. Comment pensez-vous réagir face à cela ?

\*\* Bon, c'est comme on dit, la technologie aussi, c'est un mal nécessaire pour le développement. Donc, je crois qu'il faut s'arrimer à cette nouvelle technologie. Mais nous avons déjà réfléchi, à ce niveau...

\* Vous avez un site Internet ?

\*\* Oui ! Oui !

\* Vous communiquez avec les publics, pour recueillir leurs réactions ?

\*\* Tout à fait. En Europe, à travers le monde, les gens réagissent. On leur met souvent, en ligne, tout le journal, et ils ont des opinions. Il y a des gens même qui vous donnent une autre information. Par exemple, il y a eu beaucoup d'informations sur les « *biens mal acquis* », les procès qui sont en cours en France, en Europe.

\* Mais c'est un fichier PDF, ou une édition différente de l'édition papier ?

\*\* Non, souvent, on met des articles-phares, où l'on vous met tout le journal. Souvent, c'est comme ça.

\* Et l'accès est gratuit ?

\*\* Oui, c'est ouvert.

\* Il y a la mise à jour des articles ?

\*\* Oui.

\* Il y a un webmaster qui s'en occupe ?

\*\* Oui, ici même. C'est parce qu'il a voyagé, sinon, il est souvent là.

\* Vous avez une connexion Internet ?

\*\* Non.

\* Vous ne le faites pas ici ?

\*\* Non.

\* Donc, ça veut dire que vous êtes en partenariat avec un autre service ? Ça veut dire que l'entrée dans l'Internet a fait que le journal puisse externaliser d'autres tâches, qui sont exécutées par d'autres sociétés.

\*\* Voilà. Donc, c'est, en fait, comme une sous-traitance, mais... C'est un opérateur qui est là, qui est spécialisé, qui s'occupe uniquement de ce site-là, et qui met à jour, qui prend les articles... En fait, c'est comme un collaborateur de la rédaction, ici : on est ensemble, et quand on finit, il prend la clé [USB], il court, et il balance sur le site.

\* Vous faites ça dans un cybercafé, non ?

\*\* Non.

\* Vous n'avez pas de matériel vous-mêmes.

\*\* Non ! Non ! On n'en a pas. En fait, on loue ce service. Mais le DG [Directeur général], quand il est rentré de Chine, il nous a dit qu'il avait pris un abonnement, et qu'on devait nous installer ça. Vraiment, on attend ça. Je crois qu'on va l'avoir, nous-mêmes, et ça sera sur place, ici.

\* Et qui s'occupe de... Disons, y a-t-il un « *ratisseur* » de la toile ? C'est le même ?

\*\* En fait, lui, il est, comme on dit chez nous, comme ceux qui font le montage dans toutes les rédactions. Mais l'information, c'est le secrétariat de rédaction. En fait, c'est nous-mêmes.

\* C'est vous-mêmes qui allez sur les sites Internet ?

\*\* Voilà. On regarde ce qu'il y a sur le Net. Et puis, si on peut fondre, nous-mêmes aussi, on donne nos idées. Donc, on met à la disposition du secrétariat de rédaction, tout ce que nous avons retenu.

\* Et où est-ce que vous naviguez ? Ici ?

\*\* Non, c'est souvent dans les cybers. On entre sur les sites, on prend l'information avec la clé [USB], on la ramène ici, et puis, on commence à regarder ce qu'il y a à prendre.

\* Donc, en interne, ça n'a créé aucun autre service.

\*\* Non ! Non ! Non ! Pour certaines informations, on prend carrément la source, et on dit que, par exemple, on a eu ça au *Figaro*...

\* [...] Mais au niveau local, est-ce que les gens réagissent à l'actualité, surtout sur votre site ?

\*\* Oui, nous avons aussi des gens...

\* Y a-t-il un forum ? Ou c'est par e-mail ? Comment réagissent-ils ? C'est simplement par e-mail ?

\*\* C'est par e-mail.

\* Il n'y a pas un dispositif interactif, tel que le chat... ?

\*\* Non. Souvent, ou ils réagissent par mail, ou ils nous appellent.

\* Donc, par téléphone et par e-mail.

\*\* Voilà. Il y a aussi des gens qui ont la bonne volonté de répondre par écrit. Ils viennent, disant que j'ai lu votre article, j'ai réagi, et voilà mes éléments, voilà ce que je vous apporte comme complément d'informations.

\* Est-ce par choix, ou par manque de moyens, que vous n'avez pas mis ces dispositifs d'interaction sur le site ?

\*\* Je crois que c'est par manque de moyens, parce que je comprends, déjà, pour la rédaction et le journal, le promoteur a beaucoup de charges... Je sais qu'il a mis plus, il y a mis du sien ... Moi je comprends, je suis à la réaction. Ici, il faut aussi l'avouer, nous avons, de temps en temps, des invendus. Comme tout journal, il y a des moments où ça marche bien, et qu'on puisse aller [sic] à l'imprimerie deux fois, qu'on nous en demande deux milles exemplaires.

\* Mais vous tirez à combien d'exemplaires ?

\*\* C'est variable, entre 2 000 et 3 000 exemplaires, par parution. Nous avons eu des moments, où l'édition a été un peu comme demandée, c'est-à-dire que, sur le marché, il n'y

en a pas [sic], et les revendeurs viennent ici : « Vraiment, faites-nous même un tirage de 1 000 [exemplaires], parce que les gens en demandent » [...].

## VII. Grille d'entretien

Thème 1 : Emballlement médiatique autour de l'action gouvernementale		
<b>1.1. Prédominance de l'actualité gouvernementale</b>	Question de départ	Questions de relance
	1.1.1. Que répondriez-vous à ceux qui disent qu'il existe, au niveau de tous les journaux congolais, un emballlement médiatique autour de l'action gouvernementale ?	<p>1.1.1.1. Quelles sont les activités principales couvertes par votre rédaction ?</p> <p>1.1.1.2. Quelles sont vos sources d'information prioritaires ?</p> <p>1.1.1.3. Quels sont vos critères de validation d'une information ?</p> <p>1.1.1.4. Quels types de rapports votre journal entretient avec les différents acteurs de la vie politique, particulièrement les membres du gouvernement et les animateurs de hautes institutions nationales ?</p>
<b>1.2. Stratégies de financement</b>	Question de départ	Questions de relance
	1.2.1. Existe-t-il des stratégies de financement au sein de votre organe de presse ?	<p>1.2.1.1. Quelles sont nos principales sources de financement ?</p> <p>1.2.1.2. la vente au numéro et les abonnements peuvent-ils suffire à couvrir vos charges ?</p> <p>1.2.1.3. Quels sont les publics que vous visez à travers votre offre ?</p> <p>1.2.1.4. Comment procédez-vous pour intéresser les annonceurs à se tourner vers votre journal ?</p> <p>1.2.1.5. Existe-t-il un type de publics plus nantis qui intéresserait les annonceurs ?</p>



## Thème 2 : Injonctions politiques dans le fonctionnement de la presse

	Question de départ	Questions de relance
<b>2.1. Ligne éditoriale originelle</b>	2.1.1. Comment définiriez-vous la ligne éditoriale de votre journal ?	2.1.1.1. Quels sont les différents registres utilisés dans la rédaction de vos articles ?  2.1.1.2. Quels sont les différents genres journalistiques mobilisés à cet effet ?
<b>2.2. Adaptation à l'évolution du cadre sociopolitique</b>	2.2.1. Connaissez-vous des réaménagements au niveau de votre ligne éditoriale, en fonction du climat sociopolitique du moment ?	2.2.1.1. Quels sont les registres et les tons adoptés ?  2.2.1.2. Quels sont les genres journalistiques mobilisés ?

## Thème 3 : Pressions extérieures sur le traitement de l'information

	Question de départ	Questions de relance
<b>3.1. Pressions sociopolitiques</b>	3.1.1. Existe-il des pressions extérieures dans l'exercice de votre métier ?	3.1.1.1. D'où viennent ces pressions ?  3.1.1.2. Quels sont les agents qui les exercent ?  3.1.1.3. Par quels moyens les exercent-ils ?
<b>3.2. Régulation de la presse</b>	3.2.1. Quelles sont les différentes instances de régulation de la presse ?	3.2.1.1. Quelles sont les principales lois qui régissent le secteur de la presse dans le pays ?  3.2.1.2. Pensez-vous que ces lois limitent la liberté de presse ?  3.2.1.3. Quel devrait être, d'après vous, le rôle de la presse dans la société congolaise ?

## Thème 4 : Appropriation professionnelle des Tic

	Question de départ	Questions de relance
<b>4.1. Mise en ligne des journaux</b>	4.1.1. Diffusez-vous votre journal sur Internet ?	<p>4.1.1.1. L'édition en ligne est-elle différente de l'édition imprimée ?</p> <p>4.1.1.2. Les deux éditions ont-elles la même périodicité ?</p> <p>4.1.1.3. Quelles sont les différentes techniques d'écriture (textes, images, vidéo, etc.) mobilisées dans l'une et/ou l'autre édition ?</p>
<b>4.2. Evolution des pratiques et des services</b>	4.2.1. Comment s'organisent le travail au sein de l'entreprise avec l'usage de l'Internet ?	<p>4.2.1.1. Existe-il des formations du personnel à l'usage des Tic ?</p> <p>4.2.1.2. Quels sont les agents bénéficiaires de ce type de formations ?</p> <p>4.2.1.3. Vous servez-vous des blogs et des sites Internet des particuliers comme sources d'information ?</p> <p>4.2.1.4. Existent-ils au sein de votre journal des journalistes spécialisés dans la collecte d'informations à travers l'Internet ?</p> <p>4.2.1.5. Quels types d'informations vous intéressent à travers l'Internet ?</p> <p>4.2.1.6. Toutes les tâches du journal, de la collecte de l'information à la distribution, en passant par l'impression, ont-elles toujours été réalisées au sein de l'entreprise ?</p>

		4.2.1.7. La mise en ligne du journal a-t-elle généré d'autres tâches professionnelles au sein du journal et/ou des partenariats avec des services extérieurs ?
--	--	--